



Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express Di Patokbeusi Subang

Lia Ardila¹, Bambang Irawan,²

¹Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM I, Jakarta

²Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM I, Jakarta

Abstract.

The increasing use of e-commerce services during the pandemic influences the increasing need for expedition services, J&T Express. To survive in the intense competition, companies must maintain customer satisfaction. Based on a J&T Express customer complaints in Patokbeusi Subang survey, several customer dissatisfactions were obtained concerning the offered price, timely delivery, and the provided service quality. This study aims to determine how much influence price, timeliness, and service quality have on user satisfaction at J&T Express expedition service in Patokbeusi Subang. The study uses the quantitative research method and questionnaires as the data collection technique, in which the calculation and data analysis is conducted using version 26 of the SPSS program. The results show that price has a positive and significant influence on user satisfaction by 14%, timeliness has a positive yet insignificant influence on user satisfaction by 1.2%, and service quality has a positive and significant influence on user satisfaction by 36.2%. Price, timeliness, and service quality altogether have a positive and significant influence on user satisfaction by 51.5.

Keywords: Price, Timeliness, Service Quality, User Satisfaction

Cronicle of Article: Received (00,00,2020); Revised (00,00,2020); and Published (00,00,2020).

©2020 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Administrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM I

Profile and corresponding author: Lia Ardila adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM I. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10530. Corresponding Author: liaardila127@gmail.com, bbgirw7980@gmail.com

How to cite this article : Ardila, L., & Irawan, B (2022) „Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express Di Patokbeusi Subang“, Jurnal Mahasiswa Administrasi Bisnis, 2(3),pp. 480-,493 Available at:

<https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS/index>

PENDAHULUAN

Di masa pandemi saat ini masyarakat lebih banyak melakukan berbagai aktivitas di dalam rumah, termasuk dalam hal memenuhi kebutuhan. Hal ini terlihat dari meningkatnya aktivitas digital masyarakat disaat pandemi termasuk di dalamnya belanja online. Menurut

data dari RedSeer, pada tahun 2020 penggunaan layanan e-commerce selama pandemi mengalami peningkatan sebesar 69% (indopos.co.id, 2020). Meningkatnya penggunaan layanan e-commerce selama pandemi berdampak pada meningkatnya kebutuhan akan jasa

ekspedisi, salah satunya J&T Express. Agar dapat terus bertahan di tengah ketatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mampu mempertahankan kepuasan pelanggannya.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Ali Hasan (2014) dalam Eviani & Hidayat, 2021:12). Pelanggan yang merasa puas biasanya akan bertahan untuk waktu yang lebih lama, sedangkan pelanggan yang merasa tidak puas biasanya akan berakhir pada protes atau yang disebut juga keluhan. Keluhan merupakan bentuk ketidakpuasan pelanggan atas jasa yang diberikan.

Berdasarkan hasil survey keluhan pelanggan yang dilakukan oleh peneliti kepada pelanggan J&T Express di Patokbeusi Subang, diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1. Data Keluhan Pelanggan J&T Express di Patokbeusi Subang

No.	Keluhan	Sumber Keluhan	Kriteria Keluhan
1	Ongkos kirim mahal	Survey keluhan pelanggan	Harga
2	Pengiriman paket lama sampainya	Survey keluhan pelanggan	Ketepatan waktu
3	Pengiriman paket gagal dan harus di reschedule	Survey keluhan pelanggan	Ketepatan waktu
4	Kurir tidak mengantarkan paket ke alamat penerima	Survey keluhan pelanggan	Pelayanan
5	Karyawan tidak melayani customer dengan baik	Survey keluhan pelanggan	Pelayanan
6	Karyawan tidak ramah dan kurang sopan	Survey keluhan pelanggan	Pelayanan
7	Kurir tidak ramah	Survey keluhan pelanggan	Pelayanan
8	Karyawan melakukan Reschedule pengiriman paket tanpa adanya konfirmasi ke customer	Survey keluhan pelanggan	Pelayanan
9	Status paket telah diterima, namun customer belum menerima paket tersebut	Survey keluhan pelanggan	Pelayanan
10	Paket diterima dalam keadaan kemasan yang sedikit rusak	Survey keluhan pelanggan	Pelayanan

Sumber: Data diolah peneliti, 2021.

Survey keluhan pelanggan di atas menghasilkan beberapa persepsi ketidakpuasan pelanggan terkait dengan harga yang ditawarkan, ketepatan waktu dalam pengiriman

barang, serta kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini dapat menjadi pertimbangan pelanggan dalam menggunakan jasa ekspedisi tersebut. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan menjadi aspek penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam mempertahankan keberadaannya agar tidak berpaling menjadi pelanggan

pesaing.

Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Buchori Alma dalam Indrasari (2019:39), harga (price) adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Penetapan harga memiliki peran yang krusial dalam menunjang keberlangsungan hidup perusahaan. Maka dari itu, penetapan harga harus dapat bersaing serta sesuai dengan kualitas dan manfaat jasa yang ditawarkan. Melalui penetapan harga yang bersaing serta sesuai dengan kualitas dan manfaat jasa yang ditawarkan mampu memberikan orientasi yang baik pada pelanggan sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Anshar & Mashariono, 2019:14).

Selain harga, ketepatan waktu juga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna jasa. Menurut Handoko dalam Eviani & Hidayat (2021:12), ketepatan waktu adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Ketidakpastian waktu sampai pengiriman barang dengan waktu yang dijanjikan layanan dapat menjadi salah satu faktor yang menurunkan rasa puas dalam diri konsumen (Eviani & Hidayat, 2021:11). Proses pengiriman barang harus sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan, apabila tidak sesuai maka dapat menjadi pemicu pelanggan untuk melakukan komplain. Oleh karena itu, pengiriman barang harus dilakukan tepat waktu.

Faktor lainnya yang memegang peranan penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Menurut Rambat Lupiyoadi dalam Indrasari (2019:62), kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Jika jasa yang didapat oleh pelanggan sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan memiliki persepsi baik (ideal), dan sebaliknya jika jasa yang didapat kurang memenuhi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan akan memiliki persepsi jelek (kurang ideal) (Anshar & Mashariono, 2019:4). Hal ini tentunya akan mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express di Patokbeusi Subang".

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan pengguna jasa ekspedisi J&T Express di Patokbeusi Subang?; 2) Seberapa besar pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan pengguna jasa ekspedisi J&T Express di Patokbeusi Subang?; 3) Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa ekspedisi J&T Express di Patokbeusi Subang?; 4) Seberapa besar pengaruh harga, ketepatan waktu dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna jasa ekspedisi J&T Express di Patokbeusi Subang?

LITERATUR REVIUW

Pengaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

Harga (price) adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa (Buchori Alma (2013) dalam Indrasari, 2019:39). Penetapan harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diberikan dapat memberikan kesan yang baik bagi pelanggan sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, oleh karena itu penetapan

harga atas suatu produk atau jasa harus dilakukan secara tepat. Semakin baik harga yang diberikan kepada pelanggan, maka tingkat kepuasan yang dirasakan akan semakin meningkat.

Pengaruh Ketepatan Waktu (X2) terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

Ketepatan waktu adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan (Handoko dalam Eviani & Hidayat, 2021:12). Ketepatan waktu menjadi tumpuan perusahaan agar dapat memperoleh kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Estimasi waktu sampai barang menjadi patokan para pelanggan dalam menilai apakah layanan antar tersebut baik atau tidak. Apabila ketepatan waktu dapat dikelola dengan baik maka akan memberikan kontribusi yang positif terhadap terwujudnya kepuasan pengguna. Semakin tepat waktu perusahaan dalam melakukan pengiriman barang maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggannya.

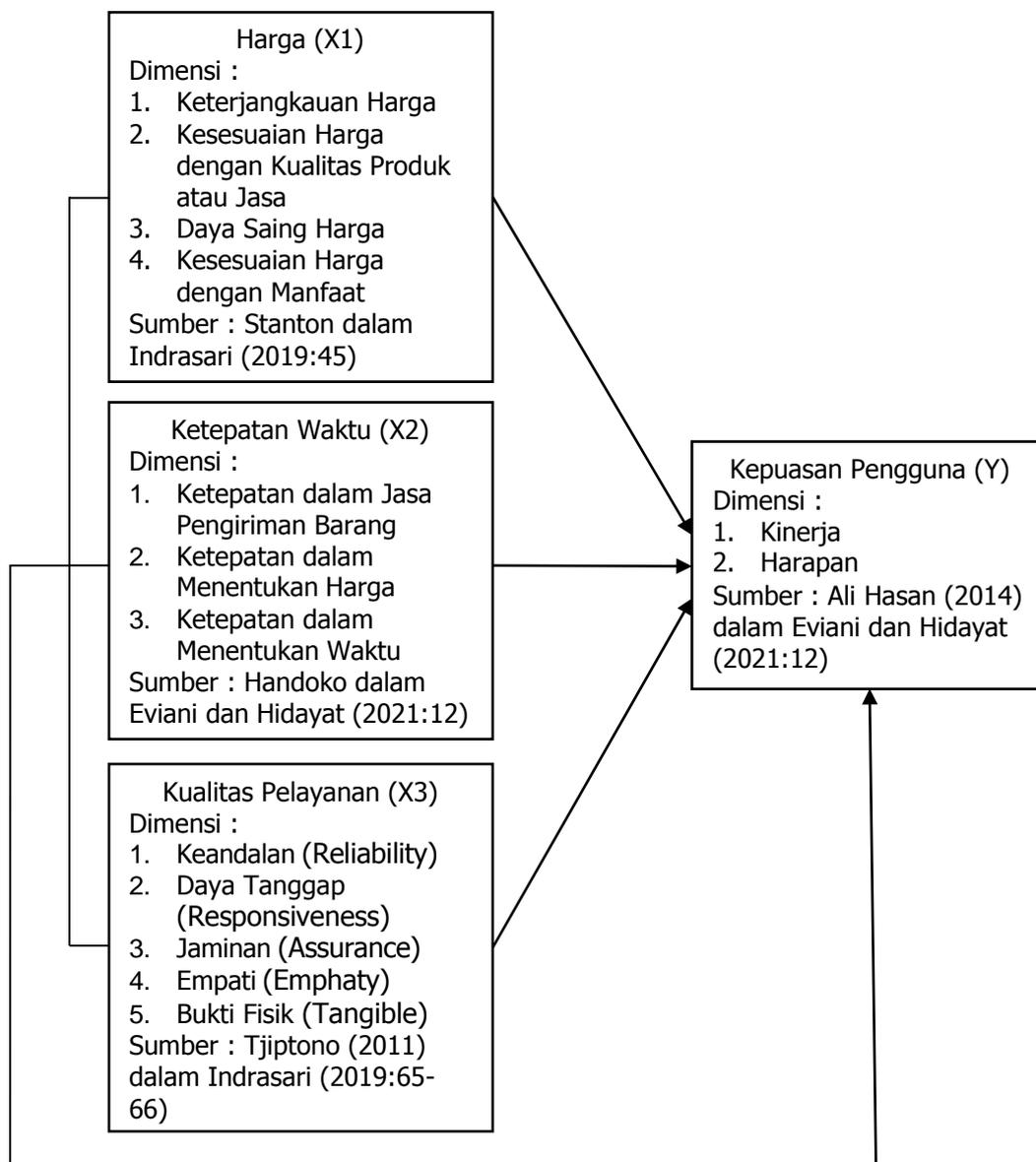
Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan (Tjiptono (2011) dalam Indrasari, 2019:61). Kualitas pelayanan menjadi patokan dalam menentukan kepuasan pelanggan. Melalui kualitas pelayanan, pelanggan dapat menilai kinerja atau layanan yang diberikan oleh penyedia jasa apakah memuaskan atau tidak. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus dikelola secara tepat karena dengan kualitas pelayanan yang baik maka akan menghasilkan kepuasan bagi para pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Pengaruh Harga (X1), Ketepatan Waktu (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) Secara Bersama-sama terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

Kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Ali Hasan (2014) dalam Eviani & Hidayat, 2021:12). Harga, ketepatan waktu dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan jasa. ketiga faktor di atas berkontribusi dalam mempengaruhi kepuasan pengguna. Pengaruh tersebut dapat digunakan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan kepuasan pengguna. Melalui penetapan harga yang sesuai dengan harapan konsumen, ketepatan waktu dalam mengirimkan barang, serta memberikan kualitas pelayanan yang baik maka akan berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan pengguna.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat digambarkan kerangka teori seperti di bawah ini:



Gambar 1.
Kerangka Teori

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:8), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan usaha sadar dan sistematis untuk memberikan jawaban terhadap suatu masalah dan/atau mendapatkan informasi lebih mendalam dan luas terhadap suatu fenomena dengan menggunakan tahap-tahap penelitian dengan pendekatan kuantitatif (Yusuf, 2014:62).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang dilakukan dengan menggunakan teknik penyebaran kuesioner dan data sekunder berupa Penelitian kepustakaan (library research). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh

pengguna jasa ekspedisi J&T Express yang berada di wilayah Patokbeusi Subang. Dikarenakan populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui dengan pasti jumlahnya sehingga dalam menentukan jumlah sampel membutuhkan rumus perhitungan yang tidak terpaku pada jumlah populasi. Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel yang representative mengacu pada pendapat Hair et. al dalam Mamik (2015:59), yang menyatakan bahwa jumlah sampel tergantung pada jumlah indikator yang digunakan dalam seluruh variabel laten. Jumlah sampel adalah jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 28 \times 5 \\ &= 140\end{aligned}$$

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan tidak memberi kesempatan yang sama bagi populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan penentuan sampelnya menggunakan purposive sampling dengan kriteria yaitu pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman J&T Express yang ada di wilayah Patokbeusi Subang dengan minimal melakukan dua kali pengiriman.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, analisis korelasi, analisis regresi linear berganda, dan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas serta uji multikolinieritas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0.651	0.1660	Valid
X1.2	0.668	0.1660	Valid
X1.3	0.702	0.1660	Valid
X1.4	0.693	0.1660	Valid
X1.5	0.544	0.1660	Valid
X1.6	0.642	0.1660	Valid
X1.7	0.605	0.1660	Valid
X1.8	0.580	0.1660	Valid
X2.1	0.722	0.1660	Valid
X2.2	0.683	0.1660	Valid
X2.3	0.749	0.1660	Valid
X2.4	0.806	0.1660	Valid
X2.5	0.763	0.1660	Valid
X2.6	0.776	0.1660	Valid
X3.1	0.563	0.1660	Valid
X3.2	0.681	0.1660	Valid
X3.3	0.633	0.1660	Valid
X3.4	0.569	0.1660	Valid
X3.5	0.606	0.1660	Valid
X3.6	0.497	0.1660	Valid
X3.7	0.724	0.1660	Valid

X3.8	0.681	0.1660	Valid
X3.9	0.765	0.1660	Valid
X3.10	0.632	0.1660	Valid
Y.1	0.753	0.1660	Valid
Y.2	0.816	0.1660	Valid
Y.3	0.728	0.1660	Valid
Y.4	0.761	0.1660	Valid

Pada tingkat signifikansi 0.05 diperoleh nilai r-Tabel sebesar 0.1660. Berdasarkan pada tabel di atas, diketahui bahwa seluruh nilai korelasi atau r-Hitung setiap pernyataan lebih dari nilai r-Tabel. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini menghasilkan data yang valid dan layak dijadikan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Ketentuan	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Harga (X1)	0.6	0.782	Reliable
2	Ketepatan Waktu (X2)	0.6	0.842	Reliable
3	Kualitas Pelayanan (X3)	0.6	0.834	Reliable
4	Kepuasan Pengguna (Y)	0.6	0.76	Reliable

Pada tabel diatas, diketahui bahwa seluruh variabel dianggap reliable karena nilai cronbach's alpha > 0.6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliable dan memenuhi syarat kualitas data yang baik.

Hasil Analisis Korelasi

Tabel 4. Hasil Koefisien Korelasi Berganda

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.718 ^a	.515	.504	1.287	.515	48.137	3	136	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Ketepatan Waktu

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikansi adalah < 0.000 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel harga, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berhubungan dengan variabel kepuasan pengguna. Hasil perhitungan tabel diatas menghasilkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.718 dan nilai tersebut membuktikan bahwa pengaruh harga, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pengguna adalah kuat.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.623	1.332		1.218	.225
	Harga	.142	.044	.250	3.192	.002
	Ketepatan Waktu	.015	.048	.025	.311	.756
	Kualitas Pelayanan	.244	.036	.529	6.726	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Berdasarkan tabel diatas, dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 1.623 + 0.142X_1 + 0.015X_2 + 0.244X_3$$

Nilai 1.623 adalah konstanta. Artinya apabila nilai variabel harga (X_1), ketepatan waktu (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) sama dengan nol, maka kepuasan pengguna (Y) sebesar 1.623. Koefisien regresi dari variabel harga (X_1) sebesar 0.142, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu-satuan variabel harga (X_1) maka akan mempengaruhi kepuasan pengguna (Y) sebesar 0.142. Selanjutnya koefisien regresi dari variabel ketepatan waktu (X_2) sebesar 0.015, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu-satuan variabel ketepatan waktu (X_2) maka akan mempengaruhi kepuasan pengguna (Y) sebesar 0.015. Adapun Koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan (X_3) sebesar 0.244, hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu-satuan variabel kualitas pelayanan (X_3) maka akan mempengaruhi kepuasan pengguna (Y) sebesar 0.244.

Hasil Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.515	.504	1.287

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Ketepatan Waktu

Dari tabel diatas, diperoleh nilai koefisien R Square (R^2) sebesar 0.515 atau 51.5%. Jadi bisa diambil kesimpulan besarnya pengaruh variabel harga (X_1), ketepatan waktu (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna (Y) sebesar 0.515 atau 51.5%, sisanya sebesar 48.5% (dari perhitungan 100% - 51.5%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model atau persamaan dalam penelitian ini.

Hasil Sumbangan Efektif

Tabel 7. Hasil Sumbangan Efektif

Variabel	Beta	Zero-order	Sumbangan Efektif
X1	0.250	0.561	0.14025
X2	0.025	0.493	0.012325
X3	0.529	0.684	0.361836

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil sumbangan efektif dari masing-masing

variabel sebagai berikut:

1. Besarnya pengaruh harga (X1) terhadap kepuasan pengguna (Y) adalah 0.14025 atau 14%
2. Besarnya pengaruh ketepatan waktu (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) adalah 0.012325 atau 1.2%
3. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pengguna (Y) adalah 0.361836 atau 36.2%

Hasil Uji F

Tabel 8. Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	239.176	3	79.725	48.137	.000 ^b
	Residual	225.245	136	1.656		
	Total	464.421	139			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Ketepatan Waktu

Jika dilihat dari nilai signifikansi pada alpha 5% diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

$$F \text{ tabel} = F(k ; n-k) = F(3 ; 137) = 2.67$$

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh harga (X1), ketepatan waktu (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna (Y) adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai Fhitung $48.137 >$ nilai Ftabel 2.67. Hal tersebut membuktikan bahwa H0 ditolak dan H4 diterima, artinya terdapat pengaruh harga (X1), ketepatan waktu (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna (Y) secara signifikan.

Hasil Uji t

Tabel 9. Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.623	1.332		1.218	.225
	Harga	.142	.044	.250	3.192	.002
	Ketepatan Waktu	.015	.048	.025	.311	.756
	Kualitas Pelayanan	.244	.036	.529	6.726	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Jika dilihat dari signifikansi pada alpha 5% diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

$$t \text{ tabel} = t(\alpha / 2 ; n - k - 1) \\ = t(0.05 / 2 ; 140 - 3 - 1) = 0.025 ; 136 = 1.977$$

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan variabel harga (X1) memperoleh nilai t-hitung $3.192 >$ t-tabel 1.977 dengan nilai signifikansi $0.002 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan pengguna (Y).

Variabel ketepatan waktu (X2) memperoleh nilai t-hitung $0.311 < t\text{-tabel } 1.977$ dan nilai signifikansi $0.756 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_2 ditolak. Artinya ketepatan waktu (X2) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y).

Variabel kualitas pelayanan (X3) memperoleh nilai t-hitung $6.726 > t\text{-tabel } 1.977$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y).

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.27297661
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.048
	Negative	-.049
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan pada tabel di atas, karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikansi 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.793	.736		1.077	.283
	Harga	-.017	.025	-.076	-.678	.499
	Ketepatan Waktu	.029	.027	.124	1.066	.288
	Kualitas Pelayanan	.002	.020	.014	.123	.902

a. Dependent Variable: RES2

Pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel harga (X1) sebesar 0.499 > 0.05 , untuk variabel ketepatan waktu (X2) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.288 $>$

Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express Di Patokbeusi Subang
Ardila, & Irawan
0.05, sedangkan untuk variabel kualitas pelayanan (X3) diperoleh nilai signifikansi sebesar

0.902 > 0.05. Dapat disimpulkan bahwa untuk model regresi yakni pengaruh harga (X1), ketepatan waktu (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan pengguna (Y) tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dibuktikan dengan nilai signifikansi lebih dari 0.05.

Uji Multikolinieritas

Tabel 12. Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.623	1.332		1.218	.225		
	Harga	.142	.044	.250	3.192	.002	.580	1.723
	Ketepatan Waktu	.015	.048	.025	.311	.756	.539	1.855
	Kualitas Pelayanan	.244	.036	.529	6.726	.000	.576	1.735

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Berdasarkan tabel IV. 53 menunjukkan bahwa nilai tolerance semua variabel > 0.10 dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) untuk ketiga variabel bebas < 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari multikolinieritas.

Pembahasan hasil penelitian mengenai Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express di Patokbeusi Subang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H1 diterima karena nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 3.192 dimana t-hitung 3.192 > t-tabel 1.977 dengan nilai signifikansi 0.002 < 0.05. Adapun hasil sumbangan efektif dari variabel harga sebesar 0.14025 atau 14%. Hasil tersebut membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna sebesar 14%. Melalui penetapan harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diberikan dapat memberikan kesan yang baik bagi pelanggan sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin baik harga yang ditawarkan maka semakin baik pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anshar & Mashariono (2019), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Ketepatan Waktu (X2) terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H2 ditolak karena nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 0.311 dimana t-hitung 0.311 < t-tabel 1.977 dengan nilai signifikansi 0.756 > 0.05. Adapun hasil sumbangan efektif dari variabel ketepatan waktu sebesar 0.012325 atau 1.2%. Hasil tersebut membuktikan bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna sebesar 1.2%. Ketepatan waktu perusahaan dalam mengirimkan barang menjadi salah satu pertimbangan pelanggan dalam menggunakan layanan jasa, apabila perusahaan tidak dapat mengantarkan barang sesuai dengan estimasi waktu yang dijanjikan maka tentunya akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widyadinata & Toly (2014), dimana hasil

penelitian menunjukkan bahwa variabel ketepatan waktu berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan wajib pajak.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa H3 diterima karena nilai t-hitung yang diperoleh sebesar 6.726 dimana $t\text{-hitung } 6.726 > t\text{-tabel } 1.977$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Adapun hasil sumbangan efektif dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0.361836 atau 36.2%. Hasil tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna sebesar 36.2%. Dengan memberikan pelayanan yang tepat, cepat dan cekatan kepada pelanggan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin baik pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rohman & Abdul (2021), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh Harga (X1), Ketepatan Waktu (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) Secara Bersama-sama terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

Hasil uji hipotesis pada uji F menunjukkan bahwa H4 diterima karena nilai Fhitung yang diperoleh sebesar 48.137 dimana $F\text{hitung } 48.137 > F\text{tabel } 2.67$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Adapun nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0.515 atau 51.5%. Hasil tersebut membuktikan bahwa harga, ketepatan waktu dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna sebesar 51.5%. Melalui penetapan harga yang kompetitif, ketepatan waktu perusahaan dalam mengirimkan barang, serta memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan tentunya akan mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan itu sendiri. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Attamimi, Hufron, & Rahman, (2020) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express di Patokbeusi Subang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan sebesar 14% terhadap kepuasan pengguna jasa ekspedisi J&T Express di Patokbeusi Subang.
2. Ketepatan waktu berpengaruh positif tapi tidak signifikan sebesar 1.2% terhadap kepuasan pengguna jasa ekspedisi J&T Express di Patokbeusi Subang.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 36.2% terhadap kepuasan pengguna jasa ekspedisi J&T Express di Patokbeusi Subang.
4. Harga, ketepatan waktu dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan sebesar 51.5% terhadap kepuasan pengguna jasa ekspedisi J&T Express di Patokbeusi Subang.

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya pihak J&T Express harus lebih mempromosikan, menjaga, dan meningkatkan kualitas dari jasa yang ditawarkan sehingga dapat membangun persepsi dan kesan yang positif dari pelanggan. Hal ini akan mempengaruhi pelanggan untuk menggunakan layanan jasa J&T Express meskipun harga yang ditawarkan lebih mahal jika dibandingkan dengan pesaingnya, akan tetapi harga tersebut bisa sebanding dengan kualitas jasa yang diterima.

2. Sebaiknya pihak J&T Express harus lebih meningkatkan kualitas pelayanannya, seperti memberikan pelayanan secara tepat, cepat dan ramah serta siap dan cekatan dalam membantu konsumen sehingga kualitas pelayanan yang diberikan bisa sebanding dengan harga yang ditetapkan.
3. Sebaiknya pihak J&T Express lebih meningkatkan fitur layanan asuransi yang ada sehingga pelanggan bisa mendapatkan jaminan ganti rugi yang sepadan apabila ada barang yang rusak atau hilang. Selain itu, pihak J&T Express juga perlu meningkatkan kualitas sumber daya manusianya agar pada saat proses pengiriman barang tidak terjadi kerusakan atau hilang yang diakibatkan oleh kelalaian karyawannya.
4. Sebaiknya pihak J&T Express harus menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diterima oleh pengguna sehingga harga yang ditetapkan dapat memenuhi harapan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshar, A., & Mashariono. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 8(4), 1-16. Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2111>.
- Attamimi, F. M., Hufron, M., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen JNE Kota Malang). *e - Jurnal Manajemen*, 09(16), 27-39. Retrieved from <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/8278>.
- 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. Retrieved from <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>.
- indopos.co.id. (2020, September 30). Jasa Pengiriman Barang Raup Untung, Sampai Bisa Ekspansi. Retrieved April 10, 2021, from ALI : Asosiasi Logistik Indonesia: https://www.ali.web.id/web2/news_detail.php?id=1848.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: UNITOMO PRESS.
- Mamik. (2015). *Monograf Perkembangan dan Keunikan Variabel Motivasi Kinerja Kepuasan*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Rohman, S., & Abdul, F. W. (2021). 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. doi:10.31334/logistik.v5i1.1188.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Widyadinata, Y., & Toly, A. A. (2014). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Ketepatan Waktu, dan Kerahasiaan terhadap Kepuasan Wajib Pajak Pengguna E-Filing. *Tax & Accounting Review*, 4(1), 1-13. Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/akuntansi-pajak/article/view/3114>.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: KENCANA.