

Pengaruh Ketetapan Waktu dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengiriman J&T Express Tanah Tinggi

Yuli Evitha¹, Diaz Dwi Lianto², Sukarni Novita Sari³

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

Email: yuli.evitha@gmail.com, kingdiazdlianto@gmail.com, novitasarisukarni@gmail.com

Abstract.

In the current era of globalization, the development of businesses engaged in the freight forwarding industry is increasingly rapid. Punctuality and Shipping Rates are important to affect customer satisfaction. This study aims to measure the Effect of Punctuality and Delivery Rates on Customer Satisfaction of PT J&T Express Tanah Tinggi Delivery. This study uses a quantitative method with a sample of 100 respondents. In this study, data analysis techniques were used in the form of statistics with data testing using validity tests, reliability tests, normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, multiple linear regression tests, t tests, coefficient correlation tests, determination coefficient (R²) tests, and f-tests. The calculation shows that it is larger than the calculation of table 1.986 which means that each independent variable has a partial effect on the bound variable. In the f test, the results of f calculation were simultaneously obtained of 46.333 greater than f in table 3.10 so that it can be concluded that Punctuality and Delivery Rates have an influence on Customer Satisfaction.

Keywords: Timeliness, Delivery Rates, Customer Statification

©2024 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM I

Profile and corresponding author : Diaz Dwi Lianto adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM I. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. Corresponding Author, yuli.evitha@gmail.com, kingdiazdlianto@gmail.com, novitasarisukarni@gmail.com

How to cite this article : Evitha Yuli, Lianto Diaz Dwi, Novitasari Sukarni : "Pengaruh Ketetapan Waktu dan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengiriman J&T Express Tanah Tinggi", *Adbispreneur*, 5 (1), pp. 33 - 48 . Available at: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

J&T Express termasuk perusahaan jasa pengiriman dengan layanan pengiriman barang baik berupa dokumen maupun paket yang meliputi pengiriman antar kota, antar provinsi. J&T Express harus membangun brand image (citra merek) dari perusahaan karena akan menentukan pilihan bagi konsumen dalam memilih jasa pengiriman barang. J&T Express dituntut untuk memenuhi keinginan yang diharapkan oleh pelanggan sehingga munculnya respon yang positif dari para pelanggan.

Untuk meningkatkan pelayanan yang efisien dan fleksibel demi menunjang kebutuhan pengiriman semua pelanggan. Kemajuan sistem informasi dan teknologi juga memengaruhi adanya persaingan antar perusahaan yang cukup kuat. Beberapa nama besar perusahaan jasa pengiriman yang selalu merespon segala permintaan pasar, diantaranya JNE, TiKi, Pos Indonesia, SiCepat Ekspres. Ketepatan waktu merupakan hal yang sangat krusial mengingat ketepatan pengiriman produk yang telah dipesan akan menjadi salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tabel 1.1
Jenis layanan pengiriman dan estimasi waktu pengiriman J&T Express

Layanan Pengiriman	Estimasi Waktu Pengiriman Paket
Layanan Pengiriman EZ	2 – 3 hari
Layanan Pengiriman ECO	5 – 14 hari
Layanan Pengiriman J&T Super	1 – 2 hari

Sumber: <https://cekresi.com/ongkir/jnt>

Dari Tabel 1.1 Menurut hasil data diatas bahwa ada banyak pelayanan J&T Express yang diberikan untuk memenuhi kepuasan pelanggan maka dari itu ketepatan waktu merupakan hal yang sangat krusial mengingat ketepatan pengiriman produk yang telah dipesan akan menjadi salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Waktu pengiriman merupakan jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak. Ketepatan waktu pengiriman merupakan evaluasi bagi pelanggan untuk menilai kinerja J&T Express sesuai dengan yang dijanjikan perusahaan. Dapat disimpulkan 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.

Tabel 1.2 perbandingan tarif pengiriman jasa pengiriman

Jasa Pengiriman	Tarif Pengiriman	Estimasi Waktu
J&T Express	Rp. 9.000,-	2 hari
JNE Express	Rp. 9.000,-	2 hari
POS Indonesia	Rp. 10.000,-	3 hari
SiCepat Ekspres	Rp. 13.500,-	2 hari

Sumber : www.google.com

Dari tabel 1.2 Terlihat pada tabel di atas bahwa tarif yang diberikan dapat berbeda-beda tiap ekspedisinya tergantung pada jenis layanan pengiriman yang dipilih, jarak pengiriman, berat dan dimensi barang, serta jenis barang yang dikirim. Cara menghitung tarif pengiriman dapat dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa faktor seperti jarak tempuh, estimasi waktu, berat bersih, dan dimensi besaran barang pengiriman. Tarif merupakan satu -satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya

(produk, tempat, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya/pengeluaran. Maka dari itu J&T Express harus memberikan pelayanan yang terbaik diantara ekspedisi lainnya yaitu memberikan tarif harga pengiriman yang lebih murah dan estimasi waktu barang sampai cepat.

Tabel 1.3 Rekap Data Pelanggan J&T Express Tanah Tinggi

REKAP DATA PENGIRIMAN PER 3 BULAN TERAKHIR	
BULAN	JUMLAH PELANGGAN
SEPTEMBER	850
OKTOBER	834
NOVEMBER	843
TOTAL	2527

Sumber : Data J&T Express TANAH TINGGI

Dari tabel 1.3 Terlihat pada tabel di atas bahwa ketidakstabilan jumlah data pengiriman, yang mengartikan pelanggan belum merasa puas dengan kinerja J&T Express. Dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan pelanggan dan bila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka pelanggan tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa. Apabila kinerja produk melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa gembira dan sangat puas. Kepuasan konsumen diukur dari sebaik apa harapan konsumen terpenuhi. Indikator kepuasan pelanggan, yaitu terpenuhi harapan konsumen, merekomendasikan kepada pihak lain.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terlihat bahwa permasalahan yang di hadapi oleh j&t express tanah tinggi yaitu ketepatan waktu dan tarif harga yang dijanjikan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan dan pelanggan merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan j&t express tanah tinggi. Oleh karena itu, Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik mengangkat permasalahan tersebut sehingga didapatkan judul “Pengaruh Ketepatan Waktu Dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengiriman J&T Express Tanah Tinggi”.

LITERATUR REVIUW

Manajemen Logistik

Manajemen Logistik Menurut Lukas Dwiantara dan Rumsari Hadi (Julio Kemklyano, 2021) manajemen logistik adalah serangkaian kegiatan perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan terhadap kegiatan pengadaan pencatatan, pendistribusian, penyimpanan, pemeliharaan dan penghapusan logistik guna mendukung efektivitas dan efisiensi dalam upaya pencapaian tujuan organisasi. Manajemen logistik adalah keputusan untuk mengelola barang secara optimal mulai dari kebutuhan perencanaan, pembelian atau pengumpulan, pemindahan, penyimpanan hingga pendistribusian barang untuk dikirim ke pelanggan. Fitur utama dari kegiatan logistik adalah integrasi berbagai dimensi dan persyaratan untuk pergerakan dan penyimpanan strategis. Sedangkan, Menurut Henni Febriawati (Naela Afiya, 2022) manajemen logistik merupakan bagian dari proses rantai pasok dan fungsinya yaitu merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan efisiensi dan efektifitas arus penyimpanan barang, jasa dan informasi pelayanan dan informasi terkait dari tempat asal sampai ke tujuan.

Ketepatan Waktu

Ketepatan Waktu menurut Aminah, dkk. (Muhammad Haikal Aliftian Nantigiri, 2021). Ketepatan waktu pengiriman adalah waktu antara saat pelanggan memesan produk dan saat dikirimkan ke pelanggan. Terdapat beberapa indikator ketepatan waktu pengiriman, yaitu: jaminan/garansi, kesesuaian harga, tanggung jawab. Kemudian menurut Handoko (Muhammad

Haikal Aliftian Nantigiri, 2021). Ketepatan waktu adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan.

Tarif Pengiriman

Tarif menurut Salman & Farid (Fanus, 2021) mendefinisikan tarif atau harga adalah kos/kas atau nilai kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau dimasa mendatang bagi organisasi. Tarif atau biaya adalah salah satu faktor penting dalam operasional perusahaan yang akan mempengaruhi laba atau rugi dari aktivitas sebuah perusahaan. Hal ini dimungkinkan karena biaya menjadi penggerak dalam aktivitas usaha dimana seluruh biaya yang berhubungan dengan pembelian, penyimpanan, penawaran, pengepakan, pengiriman barang sampai ke pelanggan baik langsung maupun tidak langsung tercatat sebagai tarif atau harga. Sedangkan, menurut Yohanes Lamarto dalam (Nabila Iwan Sahara, 2020) tarif atau harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan akan memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa, harga dapat diartikan sebagai jumlah satuan uang (satuan moneter) dana atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.

Tarif Pengiriman adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. (Kotler & Keller, 2013). Dari teori tersebut secara sederhana dapat disimpulkan pengertian tarif sejumlah pungutan yang dibebankan atas suatu hal, kegiatan, kebijakan, atau apapun yang telah diatur dalam peraturan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan menurut Fitsimmons (Fery Siswadi, 2020) terciptanya kepuasan pelanggan terhadap suatu layanan diidentifikasi melalui perbandingan antara persepsi terhadap layanan dengan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan utama dan sangat penting pada bidang jasa khususnya perpustakaan dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggannya. Sedangkan, menurut Kotler & Keller (2013). Kepuasan pelanggan merupakan perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan penekanan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis deskriptif untuk menguji dan memberikan gambaran bagaimana pengaruh ketepatan waktu dan tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Nugroho dalam (Makhrus Ali, 2022) Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang sistematis, terencana, dan terstruktur. Banyak yang menyebutkan bahwa metode kuantitatif merupakan metode tradisional. Karena metode kuantitatif sudah cukup lama digunakan sehingga menjadi tradisi dalam penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian atau hasil penelitian. Adapun pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2013:169) adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indeks Tanggapan Responden Variabel Ketetapan Waktu (X1)

Tabel 4.4 Tanggapan responden atas pernyataan (X1.1): Jarak yang ditempuh pengiriman ke pelanggan

Uraian	Bobot (X)	F	F(X)	%	$M = F(X)/n$ $= 347/89$ $= 3,51$ (Baik)
Sangat Setuju	4	49	196	55,1%	
Setuju	3	38	114	42,7%	
Tidak Setuju	2	1	2	1,1%	
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	1,1%	
Jumlah		89	313	100%	

Sumber: Data primer

Dari tabel 4.4 tersebut dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 49 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 38 orang, yang memilih “Tidak Setuju ” sebanyak 1 orang dan yang memilih “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 1 orang. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3,51 yang termasuk kedalam interval baik.

Tabel 4.5 Tanggapan responden atas pernyataan (X1.2): Jarak yang ditempuh jarang mengalami keterlambatan pengiriman.

Uraian	Bobot (X)	F	F(X)	%	$M = F(X)/n$ $= 302/89$ $= 3,39$ (Baik)
Sangat Setuju	4	40	160	44,9%	
Setuju	3	44	132	49,4%	
Tidak Setuju	2	5	10	5,6%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	302	100%	

Sumber: Data primer

Dari tabel 4.5 tersebut dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 40 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 44 orang, yang memilih “Tidak Setuju ” sebanyak 5 orang dan tidak ada satupun yang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3,39 yang termasuk kedalam interval baik.

Tabel 4.6 Tanggapan responden atas pernyataan (X1.3): Paket sampai tepat waktu di tempat tujuan.

Uraian	Bobot (X)	F	F(X)	%	$M = F(X)/n$ $= 297/89$ $= 3,33$ (Baik)
Sangat Setuju	4	33	132	37,1%	
Setuju	3	53	159	59,6%	
Tidak Setuju	2	3	6	3,4%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	297	100%	

Sumber: Data primer

Dari tabel 4.6 tersebut dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 33 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 53 orang, yang memilih “Tidak Setuju ” sebanyak 3 orang dan tidak ada satupun yang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3,33 yang termasuk kedalam interval baik.

Tabel 4.7 Tanggapan responden atas pernyataan (X1.4): Informasi yang jelas dan *real time* kepada *customer* di *website*.

Uraian	Bobot (X)	F	F(X)	%	$M = F(X)/n$ $=290/89$ $=3,25$ (Baik)
Sangat Setuju	4	27	108	30,3%	
Setuju	3	58	174	65,2%	
Tidak Setuju	2	4	8	4,5%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	290	100%	

Sumber: Data primer

Dari tabel 4.7 tersebut dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 27 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 58 orang, yang memilih “Tidak Setuju ” sebanyak 4 orang dan tidak ada satupun yang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3,25 yang termasuk kedalam interval baik.

Tabel 4.8 Tanggapan responden atas pernyataan (X1.5): Memiliki beberapa jasa pengiriman.

Uraian	Bobot (X)	F	F(X)	%	$M = F(X)/n$ $=309/89$ $=3,47$ (Baik)
Sangat Setuju	4	43	172	48,3%	
Setuju	3	45	135	50,6%	
Tidak Setuju	2	1	2	1,1%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	309	100%	

Sumber: Data primer

Dari tabel 4.8 tersebut Dari tabel diatas, dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 43 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 45 orang, yang memilih “Tidak Setuju ” sebanyak 1 orang dan tidak ada satupun orang yang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3,47 yang termasuk kedalam interval baik.

Tabel 4.9 Tanggapan responden atas pernyataan (X1.6): Memberi pilihan info moda transportasi dengan jelas.

Uraian	Nilai Bobot (X)	F	F(X)	%	$M = F(X)/n$ $=307/89$ $=3,44$ (Baik)
Sangat Setuju	4	43	172	48,3%	
Setuju	3	43	129	48,3%	
Tidak Setuju	2	3	6	3,4%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	307	100%	

Sumber: Data primer

Dari tabel 4.9 tersebut dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 43 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 43 orang, yang memilih “Tidak Setuju ” sebanyak 3 orang dan tidak ada satupun orang yang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3.44 yang termasuk kedalam interval baik.

Tabel 4.10 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Ketepatan Waktu (X1)

No.	Indikator	Nilai	Kategori
1	Jarak yang ditempuh pengiriman ke pelanggan.	3,51	Baik
2	yang ditempuh jarang mengalami keterlambatan pengiriman.	3,39	Baik
3	Paket sampai tepat waktu di tempat tujuan.	3,33	Baik
4	Informasi yang jelas dan <i>real time</i> kepada <i>customer</i> di <i>website</i> .	3,25	Baik
5	Memiliki beberapa jasa pengiriman.	3,47	Baik
6	dan info moda transportasi dengan jelas.	3,44	Baik
Total Nilai		20,39	
Rata-Rata Nilai = Total Nilai : Jumlah Pernyataan			
= 20,39:6= 3,39 Kategori baik			

Sumber: Data primer

Dari tabel 4.10 tersebut diketahui bahwa nilai rata-rata hasil rekapitulasi tanggapan responden variabel Ketepatan Waktu (X1) sebesar 3,39 yang dimana berada dalam kategori Baik.

Indeks Tanggapan Responden Variabel Tarif Pengiriman (X2)

Tabel 4.11 Tanggapan responden atas pernyataan (X2.1): Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang didapat.

Uraian	Bobot (X)	F	F(X)	%	$M = F(X)/n$ =299/89 =3,35 (Baik)
Sangat Setuju	4	35	140	39,3%	
Setuju	3	51	153	57,3%	
Tidak Setuju	2	3	6	3,4%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	299	100%	

Sumber: Data primer

Dari tabel 4.11 tersebut dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 35 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 51 orang, yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 3 orang dan tidak ada satupun yang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3.35 yang termasuk kedalam interval baik.

Tabel 4.12 Tanggapan responden atas pernyataan (X2.2): Perusahaan menawarkan harga yang lebih bermanfaat dibanding jasa pengiriman lain.

Uraian	Bobot (X)	F	F(X)	%	$M = F(X)/n$ =299/89 =3,35 (Baik)
Sangat Setuju	4	38	152	42,7%	
Setuju	3	45	135	50,6%	
Tidak Setuju	2	6	12	6,7%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	299	100%	

Sumber: Data primer

Dari tabel 4.12 tersebut dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 38 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 45 orang, yang memilih “Tidak Setuju ” sebanyak 6 orang dan tidak ada satupun orang yang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3.35 yang termasuk kedalam interval baik.

Tabel 4.13 Tanggapan responden atas pernyataan (X2.3): Harga pengiriman bervariasi sesuai dengan ukuran dan berat barang.

Uraian	Bobot (X)	F	F(X)	%	$M = F(X)/n$ $= 314/89$ $= 3,52$ (Baik)
Sangat Setuju	4	47	188	52,8%	
Setuju	3	42	126	47,2%	
Tidak Setuju	2	0	0	0%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	314	100%	

Sumber: Data primer

Dari tabel 4.13 tersebut dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 47 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 42 orang, tidak ada satupun yang memilih “Tidak Setuju ” dan tidak ada satupun yang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3.52 yang termasuk kedalam interval baik.

Tabel 4.14 Tanggapan atas pertanyaan (X2.4) : Pelanggan bersedia menggunakan jasa J&T karena harga yang terjangkau.

Uraian	Bobot (X)	F	F(X)	%	$M = F(X)/n$ $= 303/89$ $= 3,40$ (Baik)
Sangat Setuju	4	39	156	43,8%	
Setuju	3	47	141	52,8%	
Tidak Setuju	2	3	6	3,4%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	303	100%	

Sumber : Data primer

Berdasarkan Tabel 4.14 diatas dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 39 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 47 orang, yang memilih “Tidak Setuju ” sebanyak 3 orang dan tidak ada satupun yang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3.40 yang termasuk kedalam interval baik.

Tabel 4.15 Tanggapan atas pertanyaan (X2.5) : Harga yang ditawarkan J&T hampir sama dengan pesaing lainnya.

Uraian	Bobot (X)	F	F(X)	%	$M = F(X)/n$ $= 308/89$ $= 3,46$ (Baik)
Sangat Setuju	4	44	176	49,4%	
Setuju	3	42	126	47,2%	
Tidak Setuju	2	3	6	3,4%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	308	100%	

Sumber : Data primer

Berdasarkan Tabel 4.15 diatas dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 44 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 42 orang, yang memilih “Tidak Setuju ” sebanyak 3 orang dan tidak ada satupun orang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3.46 yang termasuk kedalam interval baik.

Tabel 4.16 Tanggapan responden atas pernyataan (X2.6): Pelanggan tertarik menggunakan jasa pengiriman tanpa membandingkan harga dengan jasa pengiriman lain

Uraian	Bobot (X)	F	F(X)	%	$M = F(X)/n$ $=307/89$ $=3,44$ (Baik)
Sangat Setuju	4	45	180	50,6	
Setuju	3	39	117	43,8%	
Tidak Setuju	2	5	10	5,6%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	307	100%	

Sumber : Data primer

Berdasarkan Tabel 4.16 tersebut dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 45 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 39 orang, yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 5 orang dan tidak ada satupun orang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3.44 yang termasuk kedalam interval baik

Tabel 4.17 Tanggapan responden atas pernyataan (X2.7): Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang di dapat.

Uraian	Bobot (X)	F	F(X)	%	$M = F(X)/n$ $=305/89$ $=3,42$ (Baik)
Sangat Setuju	4	42	168	47,2%	
Setuju	3	43	129	48,3%	
Tidak Setuju	2	4	8	4,5%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	305	100%	

Sumber : Data primer

Berdasarkan Tabel 4.17 tersebut dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 42 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 43 orang, yang memilih “Tidak Setuju” sebanyak 4 orang dan tidak ada yang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3.42 yang termasuk kedalam interval baik

Tabel 4.18 Tanggapan responden atas pernyataan (X2.8): Pelanggan merasa yakin harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang tinggi.

Uraian	Bobot (X)	F	F(X)	%	$M = F(X)/n$ $=294/89$ $=3,30$ (Baik)
Sangat Setuju	4	33	132	37,1%	
Setuju	3	50	150	56,2%	
Tidak Setuju	2	6	12	6,7%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	294	100%	

Sumber : Data primer

Berdasarkan Tabel 4.18 tersebut dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 33 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 50 orang, yang memilih “Tidak Setuju ” sebanyak 6 orang dan tidak ada satupun orang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3,30 yang termasuk kedalam interval baik.

Tabel 4.19 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Tarif Pengiriman (X2)

No.	Indikator	Nilai	Kategori
1	Menawarkan sesuai dengan manfaat yang didapat.	3,35	Baik
2	Perusahaan menawarkan harga yang lebih bermanfaat dibanding jasa pengiriman lain.	3,35	Baik
3	ngiriman bervariasi sesuai dengan ukuran dan berat barang.	3,52	Baik
4	Pelanggan bersedia menggunakan jasa pengiriman karena harga yang terjangkau.	3,40	Baik
5	Harga yang ditawarkan hampir sama dengan pesaing lainnya.	3,46	Baik
6	Pelanggan tertarik menggunakan jasa pengiriman tanpa membandingkan harga dengan jasa pengiriman lain.	3,44	Baik
7	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang di dapat.	3,42	Baik
8	Pelanggan merasa yakin harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang tinggi.	3,30	Baik
Total Nilai		27,24	
Rata-Rata Nila = Total Nilai : Jumlah Pernyataan			
= 27,24:8= 3,40 Kategori baik			

Sumber : Data primer

Berdasarkan Tabel 4.19 tersebut diatas diketahui bahwa nilai rata-rata hasil rekapitulasi tanggapan responden variabel Tarif Pengiriman (X2) sebesar 3,40 yang dimana berada dalam kategori Baik.

Indeks Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.20 Tanggapan responden atas pernyataan (Y.1) : Tetap menggunakan jasa pengiriman.

Uraian	Nilai Bobot (X)	F	F(X)	%	M = F (X)/n
Sangat Setuju	4	38	152	42,7%	=301/89 =3,38 (Baik)
Setuju	3	47	141	52,8%	
Tidak Setuju	2	4	8	4,5%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	301	100%	

Sumber : Data primer

Berdasarkan Tabel 4.20 tersebut dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 38 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 47 orang, yang memilih “Tidak Setuju ” sebanyak 4orang dan tidak ada yang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3,38 yang termasuk kedalam interval baik.

Tabel 4.21 Tanggapan responden atas pernyataan (Y.2): Merasa puas produk yang dikirim maupun diterima

Uraian	Nilai Bobot (X)	F	F(X)	%	M = F (X)/n
Sangat Setuju	4	38	152	42,7%	=300/89 =3,37 (Baik)
Setuju	3	46	138	51,7%	
Tidak Setuju	2	5	10	5,6%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	300	100%	

Sumber : Data primer

Berdasarkan Tabel 4.21 tersebut dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 38 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 46 orang, yang memilih “Tidak Setuju ” sebanyak 5 orang dan tidak ada yang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3,37 yang termasuk kedalam interval baik

Tabel 4.22 Tanggapan responden atas pernyataan (Y.3): Merasa yakin bahwa jasa pengiriman tetap konsisten.

Uraian	Nilai Bobot (X)	F	F(X)	%	M = F (X)/n
Sangat Setuju	4	46	184	51,7%	=310/89 =3,48 (Baik)
Setuju	3	40	120	44,9%	
Tidak Setuju	2	3	6	3,4%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	310	100%	

Sumber : Data primer

Berdasarkan Tabel 4.22 diatas dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 46 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 40 orang, yang memilih “Tidak Setuju ” sebanyak 3 orang dan tidak ada yang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3,48 yang termasuk kedalam interval baik

Tabel 4.23 Tanggapan responden atas pernyataan (Y.4): Tidak akan beralih ke jasa pengiriman lain.

Uraian	Nilai Bobot (X)	F	F(X)	%	M = F (X)/n
Sangat Setuju	4	36	144	40,4%	=295/89 =3,31 (Baik)
Setuju	3	45	135	50,6%	
Tidak Setuju	2	8	16	9%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	295	100%	

Sumber : Data primer

Berdasarkan Tabel 4.23 tersebut dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 36 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 45 orang, yang memilih “Tidak Setuju ” sebanyak 8 orang dan tidak ada yang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3,31 yang termasuk kedalam interval baik.

Tabel 4.24 Tanggapan responden atas pernyataan (Y.5): Merekomendasikan jasa pengiriman untuk menjadi pilihan utama.

Uraian	Nilai Bobot (X)	F	F(X)	%	M = F (X)/n
Sangat Setuju	4	35	140	39,3%	=296/89 =3,32 (Baik)
Setuju	3	48	144	53,9%	
Tidak Setuju	2	6	12	6,7%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	296	100%	

Sumber : Data primer

Berdasarkan Tabel 4.24 tersebut dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 35 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 48 orang, yang memilih “Tidak Setuju ” sebanyak 6 orang dan tidak ada satupun orang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3,32 yang termasuk kedalam interval baik.

Tabel 4.25 Tanggapan responden atas pernyataan (Y.6): Tidak berpengaruh oleh biaya yang lebih rendah yang ditawarkan oleh jasa pengiriman lain.

Uraian	Nilai Bobot (X)	F	F(X)	%	M = F (X)/n
Sangat Setuju	4	38	152	42,7%	=295/89 =3,31 (Baik)
Setuju	3	41	123	46,1%	
Tidak Setuju	2	10	20	11,6%	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0%	
Jumlah		89	295	100%	

Sumber : Data primer

Berdasarkan Tabel 4.25 tersebut dapat dilihat tanggapan responden yang memilih “Sangat Setuju” sebanyak 38 orang, yang memilih “Setuju” sebanyak 41 orang, yang memilih “Tidak Setuju ” sebanyak 10 orang dan tidak ada satupun yang memilih “Sangat Tidak Setuju”. Diperoleh rata-rata dari tanggapan tersebut adalah sebesar 3,31 yang termasuk kedalam interval baik.

Tabel 4.26 Hasil Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Indikator	Nilai	Kategori
1	Tetap menggunakan jasa pengiriman.	3,38	Baik
2	puas produk yang dikirim maupun diterima.	3,37	Baik
3	kin bahwa jasa pengiriman tetap konsisten.	3,48	Baik
4	Tidak akan beralih ke jasa pengiriman lain.	3,31	Baik
5	ekomendasikan jasa pengiriman untuk menjadi pilihan utama.	3,32	Baik
6	Tidak akan berpengaruh oleh biaya yang lebih rendah yang ditawarkan oleh jasa pengiriman lain.	3,31	Baik
Total Nilai		20,17	
Rata-Rata Nila = Total Nilai : Jumlah Pernyataan			
= 20,17:6= 3,36 Kategori baik			

Sumber : Data primer

Berdasarkan Tabel 4.26 tersebut diketahui bahwa nilai rata-rata hasil rekapitulasi tanggapan responden variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 3,36 yang dimana berada dalam kategori Baik.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, yaitu bab IV, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Ketepatan Waktu memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 27,9%. Adapun hasil pengujian dimana diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $5,926 > t_{tabel} 1,987$ dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. maka nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai maka H_0 ditolak dan konsekuensinya H_1 diterima. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan Ketepatan Waktu berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat diterima.
2. Tarif Pengiriman memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 47,4%. Adapun hasil pengujian dimana diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3,658 > t_{tabel} 1,987$. Dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. maka nilai t_{hitung} lebih besar daripada nilai t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan konsekuensinya H_1 diterima. Hasil uji hipotesis kedua menunjukkan Tarif Pengiriman berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat diterima.
3. Hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) diperoleh hasil Ketepatan Waktu (X_1) dan Tarif Pengiriman (X_2) memengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan nilai sebesar 0,488 atau 48,8%. Hasil penelitian ini juga menunjukkan Uji F yang dilakukan diperoleh bahwa nilai F_{hitung} diperoleh sebesar 78,467 lebih besar daripada nilai $F_{tabel} 3,10$ dengan probabilitas 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima, dengan kata lain bahwa untuk variabel Ketepatan Waktu (X_1) dan Tarif Pengiriman (X_2) secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Saran

1. Untuk variabel Ketepatan Waktu (X1) dari hasil rekapitulasi terdapat nilai terendah dengan nilai sebesar 3,25 yaitu “Informasi yang jelas dan real time kepada customer di website”, karena masih minimnya informasi yang jelas dan real time diharapkan kepada perusahaan J&T Express Tanah Tinggi bisa meningkatkan website karena bermanfaat untuk sumber informasi dan memudahkan komunikasi dengan customer. Informasi yang dibagi pada website juga lebih mudah tersebar dan bisa diakses selama 24 jam.
2. Untuk variabel Tarif Pengiriman (X2) dari hasil rekapitulasi terdapat nilai terendah dengan nilai sebesar 3,30 yaitu “Pelanggan merasa yakin harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang tinggi”, karena dari segi tarif pengiriman adalah hal penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan proses pengiriman paket yang berstandar baik dan aman, diharapkan kepada perusahaan J&T Express Tanah Tinggi agar lebih memperhatikan harga yang sesuai dan tetap dengan kualitas pelayanan pengiriman barang yang baik.
3. Untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dari hasil rekapitulasi terdapat 2 indikator dengan nilai terendah dengan nilai sebesar 3,31 yaitu : “Konsumen tidak akan beralih ke jasa pengiriman barang yang lain”, karena banyaknya kompetitor jasa ekspedisi yang menawarkan tarif pengiriman yang berbeda-beda. diharapkan kepada perusahaan J&T Express Tanah Tinggi agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang baik mulai dari pemeriksaan barang, packaging, proses pendaftaran barang yang ingin dikirim, transportasi yang sesuai sampai barang diterima pelanggan dan tetap konsisten dalam menentukan biaya pengiriman yang sesuai.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Abdul Rahman, d. (2022). Metode Penelitian Ilmu Sosial. Kabupaten Bandung, Jawa Barat: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Ardiansyah, R. M. (2017). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif. Jurnal Pendidikan Islam, 5.
- Bhebeb Oscar, S. M. (2019). Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur Bandung. Jurnal Bisnis dan Pemasaran Vol. 9, No. 1, 2.
- Deri Firmansyah, D. (22). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Riview. Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH) Vol. 1, No. 2, 88.
- Dilah Kundisari, d. (2021). Analisis Penerapan Sistem Informasi Terhadap Kinerja Pengiriman Barang Untuk Meningkatkan Efektivitas Dan Efisiensi PT. WONOKOYO JAYA CORPORINDO PASURUAN. Jurnal Akuntansi UBHARA, 91-92.
- Fanus, P. R. (2021). Analisis Efektivitas Biaya Distribusi Lumpsum Terhadap Pendapatan. Jurnal Sosio e-Kons Vol. 13, No. 03, 191.
- Fery Siswadi, H. M. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. Jurnal Pustakawan Indoensia Vol. 18, No. 1, 43.

- Fristi Bellia Annishia, E. P. (2019). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Hotel Best Western Premier The Hive Jakarta. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata* Vol. 4, No. 1, 21.
- Gesthantiara, I. A. (2021). Optimasi Biaya Distribusi Barang Dengan Menggunakan Model Transportasi. *Jurnal Matematika dan Terapan* Vol. 3, No. 1, 3.
- Ita Rahmawati, R. I. (2021). Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian HP OPPO. *Jurnal Ilmiah Hospitality* Vol. 10, No. 1, 107.
- Julio Kemklyano, C. H. (2021). Pengaruh Penerapan Metode Class Based Storage Terhadap Peningkatan Utilitas Gudang di PT Mata Panah Indonesia. *Jurnal Manajemen Logistik* Vol. 1, No.1, 2.
- Makhrus Ali, T. H. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapan Nya Dalam Penelitian. *Education Journal : Penelitian Ibnu Rusyd Kotabumi* Vol. 2, No. 2, 2.
- Muhammad Haikal Aliftian Nantigiri, S. H. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik (JMBTL)* Vol. 7 No. 2 Mei, 184.
- Nabila Iwan Sahara, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada. *Prodsiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 5.
- Naela Afiya, Y. W. (2022). Analisis Pengelolaan Manajemen Logistik Obat di Instalasi Farmasi Rumah Sakit QIM Batang Tahun 2021. *Jurnal Ilmiah Jophus: Journal of Pharmacy UMUS* Vol. 3, No.2, 138.
- Pramudi, I. F. (2020). Analisis Pengendalian Intern Atas Sistem Informasi Penjualan Terhadap Efektivitas Dan Efisiensi Penjualan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan* Vol. 8, No. 1, 3.
- Rahmadani Agung Prasetyo, H. (2022). Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Melihat Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kemiskinan di Provinsi Sumatera Barat. *Journal Of Mathematics* Vol. 7, No. 2, 63.
- Rizky Primadita Ayuwardani, I. M. (2018). PENGARUH INFORMASI KEUANGAN DAN NON KEUANGAN TERHADAP UNDERPRICING HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING (Studi Empiris Perusahaan Go Public yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Jurnal Nominal* Vol. 7, No. 1, 148.
- Satria Artha Pratama, R. I. (2021). PENGARUH PENERAPAN STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR DAN KOMPETENSI TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN DIVISI. *Jurnal Ilmiah M-Progress* Vol. 11, No. 1, 43.
- Sitorus, B. (2017). Dukungan Transportasi Logistik Dan Daya Saing Indonesia Dalam Mneghadapi Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik* Vol. 4, No. 2, 138.
- Sri Wahyuningsih, I. J. (2023). Pengaruh Proses Bongkar Muat Via Direct Dan Indirect Terhadap Efektifitas Pengiriman Barang. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* Vol. 9, No. 1, 88.

- Sujatmiko, R. F. (2020). Penelitian Kepustakaan (Library Research) Modul Pembelajaran Berbasis Augmented Reality Pada Pembelajaran Siswa. *Jurnal IT_EDU* Vol. 5, No. 1, 319.
- Susan, E. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* Vol. 9, No.2, 953.
- Syavira Salsabila, H. R. (2023). The Influence of Service Quality, Promotion and Location on Customer Satisfaction at Artotel Thamrin, Jakarta. *Indonesian Journal of Bussines Analytistics (IJBA)* Vol. 3, No. 3, 742.
- Viktor Handrianus Pranatawijaya, W. R. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains dan Informatika* Vol. 5, No 2, 129.