

Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi)

Intan Eviani ¹, Yusup Rachmat Hidayat ²

Program Studi Manajemen Logistik, Fakultas Ilmu Sosial dan Manajemen, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami^{1,2}
Intanevianii@gmail.com ¹, yusup.rachmat@gmail.com ²

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords :

online tracking system on time delivery, customer satisfaction

This study aims to determine the effect of online tracking system and on-time delivery of goods on customer satisfaction. Data were collected through questionnaire distribution. The population in this study were customers of J&T Express of Kota Baru, Bekasi. The sample studied involved 70 respondents obtained by the Non Probability Sampling technique. This research uses quantitative research methods. Data calculation and analysis were carried out using the SPSS 25 program. The results of this study state that partially (t) the Online Tracking System (X1) has a positive and significant effect on Customer Satisfaction (Y), with a value of 6,018. On time delivery of goods (X2) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y), with a value of 9,162. The results of the F test (simultaneous) show that the Online Tracking System and On Time Delivery of Goods together have a positive and significant effect on Customer Satisfaction with a significance value of 0.000 < 0.05. The test of determination (R2) shows that the Online Tracking System and On Time Delivery of Goods affect customer satisfaction by 79.3%, with the remaining 20.7% influenced by other variables not examined in this study.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan teknologi digital yang semakin bertambah pula pengguna smartphone oleh masyarakat dibarengi juga dengan fasilitas sosial media maka merubah gaya hidup masyarakat Indonesia dalam berbelanja. Bisnis e-commerce ditanah air mengalami perkembangan yang sangat pesat. Tumbuhnya dagang dalam jaringan atau daring membuat pola baru dalam berbelanja. Pertumbuhan e-commerce tersebut memberikan efek domino terhadap bisnis lain seperti jasa pengiriman barang atau logistik. Perkembangan bisnis yang bergerak di industri pengiriman barang semakin meningkat. Sehingga konsumen memiliki banyak pilihan dalam menggunakan jasa pengiriman yang dapat dipercaya dengan kualitas pelayanan yang baik. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing adalah dengan memberikan pelayanan 2 yang berkualitas sesuai dengan kepentingan konsumen dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen (Tjiptono, 2012).

Ketidakpastian waktu sampai pengiriman barang dengan waktu yang dijanjikan layanan dan kurangnya informasi mengenai lokasi keberadaan terkini dari pengiriman barang menjadikan konsumen sulit mengetahui status dari layanan pengiriman yang telah dibayarkan.

Ketidakpastian ini dapat menjadi salah satu faktor yang menurunkan rasa puas dalam diri konsumen. Salah satu layanan yang diberikan oleh J&T Express untuk memenuhi kepuasan konsumennya adalah dengan menghadirkan sistem pelacakan online atau web trace and tracking. Namun, sistem pelacakan online yang tersedia sering terjadi kesalahan dimana status pengiriman terhenti tapi barang belum sampai ke penerima. Hal ini menjadi evaluasi bagi J&T Express untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas.

Tujuan Penelitian

Sesuai perumusan masalah diatas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh sistem pelacakan online terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh ketepatan waktu pengiriman barang terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express.

Kerangka Teori

1) Manajemen Logistik

Menurut Martono (2015 : 2) manajemen logistik yang kemudian berkembang menjadi Manajemen Rantai Pasok (Rantai Pasok Manajemen, atau Supply Chain Management) adalah sistem terintegrasi yang mengkoordinasikan keseluruhan proses diorganisasi/perusahaan dalam mempersiapkan dan menyampaikan produk/jasa kepada konsumen.

2) Kualitas Jasa

Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2011:180), Kualitas jasa merupakan ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Definisi tersebut menjelaskan bahwa pelanggan akan puas terhadap pelayanan jika pemenuhan terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian jasa sesuai dengan harapan pelanggan.

3) Sistem Pelacakan Online

Kualitas layanan jasa di lingkungan online atau elektronik menjadi salah satu hal yang sangat penting di dalam menentukan kesuksesan bahkan kegagalan dari suatu kegiatan perdagangan elektronik. Pada masa dimana dunia digital menjadi pusat kebutuhan seperti saat ini, semua jasa pengiriman barang umumnya sudah memiliki sistem pelacakan yang langsung terintegrasi dengan data basenya. Hal ini menjadi media bagi pengirim dan penerima paket dalam mengecek keberadaan barang melalui online.

Swaid dan Wigand (2009:13), mendefinisikan bahwa layanan dalam lingkungan elektronik (e-service) sebagai salah satu penyerahan jasa dengan menggunakan media baru yaitu website. Selain itu kualitas layanan elektronik menurut Suryani (2013:214), adalah evaluasi dan penilaian secara keseluruhan dari keunggulan pengantaran layanan secara elektronik di pasar virtual. Kualitas layanan berbasis elektronik mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan 25 pelanggan karena kualitas produk dapat dinilai dari kemampuan layanan tersebut untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Dimensi kualitas layanan elektronik menurut Saha dan Zhao (2005:18) adalah sebagai berikut:

- 1) *Efficiency* : merupakan kemampuan pelanggan atau pengguna untuk mendapatkan situs website.
- 2) *Realibility* : merupakan kemampuan fungsi teknis pada sebuah situs website yang dapat memberikan informasi secara akurat.
- 3) *Responsiveness* : merupakan kemampuan menanggapi masalah pengguna terkait dengan penemuan informasi yang diinginkan dan memberikan layanan yang cepat.
- 4) *Fullfillment* : merupakan kemampuan untuk mengakurasi pelayanan dengan cara memberikan produk dalam waktu yang dijanjikan.
- 5) *Privacy* : merupakan kemampuan untuk tidak mengetahui informasi secara personal atau pribadi yang tidak dapat di sebarluaskan ke pengguna lainnya.

Ketepatan Waktu Pengiriman

Menurut Pujawan (2002), ketepatan waktu adalah kemampuan supplier mengirim tepat waktu dengan lot pengiriman kecil. Ini akan dinilai jarak antara supplier dengan perusahaan, kapasitas produksi dan kemampuan historis mereka dalam mengirim tepat waktu.

Menurut Handoko (2010), ketepatan waktu adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan tersebut baik atau tidak. Ada 3 dimensi ketepatan waktu pengiriman yaitu :

- 1) Ketepatan dalam jasa pengiriman barang
- 2) Ketepatan dalam menentukan harga
- 3) Ketepatan dalam menentukan waktu

Kepuasan Pelanggan

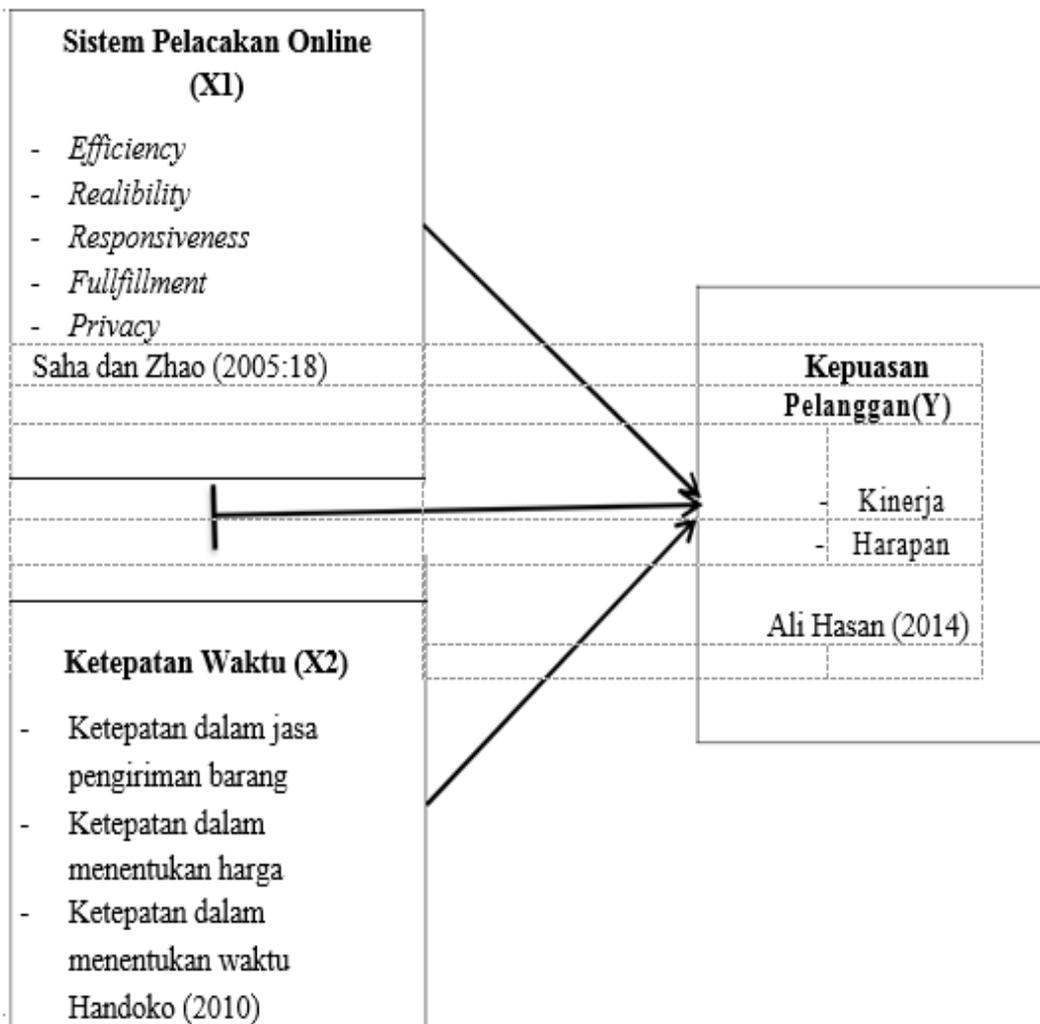
Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang aktual dengan kinerja yang diharapkan. Kepuasan pelanggan menurut Ali Hasan (2014:150), ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dilihat dari ukuran atau dimensi kepuasan pelanggan menurut Ali Hasan (2014:181) sebagai berikut:

- 1) Kinerja : Kinerja atas suatu produk dan jasa akan memberikan kepuasan bagi konsumen.
- 2) Harapan : Harapan yang dimiliki konsumen saat sebelum membeli produk atau jasa menjadi pengukur dalam kepuasan konsumen.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai gambar berikut :

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan metode kuantitatif.

Metode penelitian ini merupakan penelitian survei. Menurut Sugiyono (2019), penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau *kuesioner*) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan

Selain itu secara metode peneliti juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*). Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian terdahulu mengenai sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman barang terhadap kepuasan pelanggan.

Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2019), Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Tabel 1 Indikator Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Sistem Pelacakan Online (X1)	1. <i>Efficiency</i>	1. Kemudahan untuk Web/App J&T
	2. <i>Realibility</i>	2. Keandalan Informasi
	3. <i>Resposiveness</i>	3. Penanganan masalah yang cepat
	4. <i>Fullfillment</i>	4. Informasi yang disajikan sesuai dengan estimasi
	5. <i>Privacy</i> Saha dan Zhao (2009)	5. Keamanan Informasi Pribadi
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	1. Ketepatan dalam jasa pengiriman barang	1. Kemampuan kurir menyampaikan pengiriman tepat waktu dan akurat
	2. Ketepatan dalam menentukan harga	2. Penilaian harga terhadap layanan yang diberikan
	3. Ketepatan dalam menentukan waktu Handoko (2010)	3. Estimasi waktu yang dijanjikan J&T
Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Kinerja	1. Pelayanan kepada konsumen dengan cepat dan tepat
	2. Harapan Ali Hasan (2014)	2. Kesesuaian harapan konsumen dan realisasi pelayanan yang diberikan J&T

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya . Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan J&T Express Kota Baru Bekasi . Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diambil untuk mewakili populasi secara keseluruhan yang akan menjadi responden dalam penelitian ini.

Karena jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti oleh sebab itu dalam menentukan jumlah sampel mengacu pada pernyataan Hair *et al* (2010) bahwa banyak sampel adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah :

Sampel : Jumlah Indikator x 10
 :10 x 7
 :70

Jumlah sampel yang penulis ambil dalam penelitian ini berjumlah 70 orang dengan metode kuesioner.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Uji Validitas dan Realibilitas
 - a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur kualitas instrumen penelitian. Suatu instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang harusnya diukur (Sugiyono:2019). Dalam pengujian ini taraf signifikansi 5%, suatu item pernyataan dikatakan valid bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka suatu item pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

b. Uji Realibilitas

Menurut Wiratna Sujarweni (2015), realibilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Dalam penelitian ini uji realibilitas dilakukan dengan menghitung *cronbach's alpha* dari masing-masing instrumen dalam satu variabel. Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan andal (*reabilitas*) bila memiliki *cronbach's alpha* >0,60. jika < 0,60 dinyatakan belum memiliki *reabilitas* yang tinggi (*un-reabilitas*).

2) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2019), statistik parametris mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan di analisis harus berdistribusi normal. Oleh karena itu sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dulu akan di lakukan pengujian normalitas data.

b. Uji *Heteroskedastisitas*

Menurut Imam Ghozali (2011:39), Uji *heteroskedastisitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Wiratna Sujarweni (2015:185), Uji *multikolinearitas* diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model

Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu individu independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2013:99).

b. Uji F

Menurut Ghozali (2009:88), Uji ini bertujuan untuk membuktikan apakah variabel-variabel independen secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap vaiabel dependen.

c. Koefisien Determinasi

Menurut Imam Ghozali (2012:97), koefisien determinasi merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen.

d. Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2019), Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (*kriterium*), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Untuk mencari, digunakan rumus persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

a	:Konstanta
b1	:Koefisien regresi Sistem Pelacakan Online
b2	:Koefisien regresi Ketepatan Waktu Pengiriman
X1	:Sistem Pelacakan Online
X2	:Ketepatan Waktu Pengiriman Barang
Y	:Kepuasan Pelanggan
e	: <i>error</i> /variabel pengganggu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari penjelasan sebelumnya pelanggan dalam hal ini merupakan orang yang melakukan pengiriman di J&T Express Kota Baru Bekasi. Dari seluruh jumlah kuesioner yaitu 70 responden yang digunakan untuk analisis data.

1. Uji Validitas

Dalam pengujian ini taraf signifikansi 5% dengan N= 70, suatu item pernyataan dikatakan valid bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka suatu item pernyataan tersebut dikatakan tidak valid. Uji validitas menggunakan *pearson product moment* pada 30 item soal yang diujikan, diperoleh hasil bahwa seluruh item soal memiliki nilai $r > 0.235$ dengan signifikansi < 0.05 maka dapat diambil kesimpulan seluruh item soal valid.

2. Uji Realibilitas

Uji Realibilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan realibel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan realibel jika memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,60$.

Tabel 2 hasil uji realibilitas

No.	Variabel	Cronbach Alpha	Cronbach Alpha diisyaratkan	Keterangan
1	X1	0,833	0,60	Reliabel
2	X2	0,760	0,60	Reliabel
3	Y	0,770	0,60	Reliabel

3. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah hal yang lazim dilakukan sebelum sebuah metode statistik. Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah uji *kolmogorov smirnov*. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi > 0.05 . Berdasarkan output diperoleh nilai signifikansi $0.200 > 0.05$ sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.85081205
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.050
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
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.

4. Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized		Standardized	T	Sig.	Collinearity	
	Coefficients	Std. Error				Beta	Tolerance
1 (Constant)	1.093	2.554		.036	.971		
sistem pelacakan online (X1)	.380	.063	.399	6.018	.000	.702	1.424
waktu pengiriman (X2)	.627	.068	.608	9.162	.000	.702	1.424

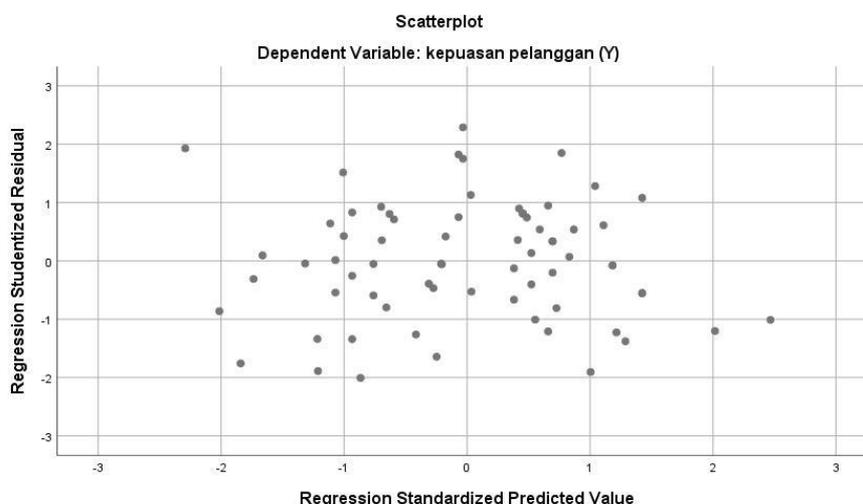
a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan (Y)

Untuk mendeteksi terjadi atau tidaknya gangguan multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Apabila nilai VIF menunjukkan angka kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1 maka model regresi terbebas dari gangguan multikolinieritas, dan apabila nilai VIF menunjukkan angka lebih dari 10 dan *tolerance* kurang dari 0,1 maka model regresi mengalami gangguan multikolinieritas. Berdasarkan hasil uji SPSS 25 diketahui bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini memperoleh nilai tolerance 0.702 > 0.1 dan VIF 1.424 < 10, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini bebas dari masalah multikolinieritas

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak-samaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Data dikatakan tidak terjadi gangguan heterokedastisitas apabila pada titik titik bergerak menyebar di sumbu x dan y.

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas



6. Koefisien Determinasi

Tabel 6 Hasil Koefisien Determinasi

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.891 ^a	.793	.787	1.87823

a. Predictors: (Constant), waktu pengiriman (X2), sistem pelacakan online (X1)

b. Dependent Variable: kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji SPSS didapatkan nilai R² sebesar 0,793 , sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 79,3%.

7. Uji T

Tabel 7 Hasil Uji T

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	1.093	2.554		.036
	sistem pelacakan online (X1)	.380	.063	.399	6.018
	waktu pengiriman (X2)	.627	.068	.608	9.162
					.971
					.000
					.000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan (Y)

Kesimpulan uji T:

- 1) Sistem pelacakan online memperoleh nilai thitung sebesar 6.018 > 1.998 dari ttabel dan nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa sistem pelacakan online berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- 2) Ketepatan waktu pengiriman online memperoleh nilai thitung sebesar 9.162 > 1.998 dari ttabel dan nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa waktu pengiriman berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

8. Regresi Linear Berganda

Berdasarkan output uji T di atas, dapat dirumuskan persamaan regresi linear sederhana pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 1.093 + 0.380 X1 + 0.627 X2$$

1. Nilai konstanta diperoleh nilai sebesar 1.093 artinya jika tidak ada sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman maka nilai konstan dari kepuasan pelanggan adalah sebesar 1.093.
2. Angka koefisien regresi dari sistem pelacakan online adalah sebesar 0.380, artinya setiap penambahan satu satuan dari sistem pelacakan online maka nilai dari kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.380.
3. Angka koefisien regresi ketepatan waktu pengiriman adalah sebesar 0.627, artinya setiap penambahan satu satuan dari ketepatan waktu pengiriman maka nilai dari kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.627.

9. Hasil Uji F

Tabel 8 Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	906.212	2	453.106	128.440	.000 ^b
	Residual	236.360	67	3.528		
	Total	1142.571	69			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), waktu pengiriman (X2), sistem pelacakan online (X1)

Berdasarkan perhitungan SPSS 25 diatas diperoleh nilai fhitung 128.440 > ftabel 3.13 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05, maka dapat disimpulkan sistem pelacakan online dan ketepatan waktu

pengiriman berpengaruh secara simultan/memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Sistem Pelacakan Online Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Kota Baru Bekasi

Dari hasil uji T dapat dilihat bahwa System pelacakan online memperoleh nilai t hitung sebesar 6.018 > t tabel 1.998 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa sistem pelacakan online berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Kota Baru Bekasi

Dari hasil uji T dapat dilihat bahwa waktu pengiriman barang memperoleh nilai thitung sebesar 9,162 > 1.998 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa waktu pengiriman berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Kota Baru Bekasi

Berdasarkan pada uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05, maka dapat disimpulkan sistem pelacakan online dan waktu pengiriman berpengaruh secara simultan/memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Adanya pengaruh positif dan signifikan variabel sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman ini juga didukung dengan hasil *R square* pada *Koefisien Determinasi* diperoleh nilai 0,793 atau 79,3% . Hal ini berarti bahwa 79,3% variabel sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

- 1) Sistem pelacakan *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T *Express* cabang Kota Baru Bekasi. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas sistem pelacakan online maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan yang akan dicapai.
- 2) Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan pelanggan J&T *Express* cabang Kota Baru Bekasi. Yang dapat diartikan semakin tepat waktu perusahaan memenuhi janjinya dalam melakukan pengiriman barang maka semakin baik juga kepuasan pelanggan.
- 3) Sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman barang berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan J&T *Express* cabang Kota Baru Bekasi. Didukung dengan hasil *R Square* pada *koefisien determinasi* sebesar 79,3%, sedangkan sisanya 20,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Aminah, et al. 2017. *Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pangkalpinang)*. Jurnal Progresif Manajemen Bisnis, 17(2), 49-61.

Hafizha, S., & Nuryani, H. S. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 2(1).

Handoko, H. B. 2010. *Cara Mudah Membangun Blog Toko Online*. Jakarta : Salemba Empat

Hasan, Ali. 2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Buku I, Cetakan ke-dua*. Yogyakarta : Penerbit CAPS.

Martono, Ricky. 2015. *Manajemen Logistik Terintegrasi*. Jakarta :PPM.

Saha, P. dan Zhao, Y. 2005. *Relationship between Online Service Quality and Customer Satisfaction A Study in Internet Banking*. Thesis LuleUniversity of Technology, Swedia.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta.

Sugiyono. 2019. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Penerbit Alfabeta

Sujarweni, Wiratna. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Penerbit Pustaka Baru Press

Swaid, Samar I dan Wigand, Rolf T. 2009. *Journal of Electronic Commerce Research*, VOL 10, NO 1.