

Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Pengiriman Goto Logistics, Cinangka

Muhammad Rizki¹, I Nyoman Purnaya^{2*}

^{1,2} Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta, Indonesia

¹ mhmmdrizki1706@gmail.com;

* Corresponding Author

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

On-Time Delivery;
Service Quality;
Customer Satisfaction;
GoTo Logistics;

Competition in the shipping service industry requires companies to improve service quality to maintain customer satisfaction. This research aimed to determine the influence of Delivery Timeliness and Service Quality on Customer Satisfaction for GoTo Logistics delivery services in Cinangka. The research used a quantitative method with an associative approach and data collection through questionnaires administered to 100 respondents. The results of the t-test and f-test indicated that Delivery Timeliness and Service Quality have a positive and significant effect, both partially and simultaneously, on Customer Satisfaction. The coefficient of determination (R^2) value of 0.776 indicated that the two variables contribute 77.6% to Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Logistik adalah suatu proses yang melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian aliran barang, informasi, serta sumber daya lainnya dari titik awal hingga ke tujuan akhir. Tujuannya adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cepat, di tempat yang tepat, dan dengan Kualitas Pelayanan yang optimal. Logistik mencakup berbagai aspek, seperti pengangkutan barang, pergudangan, pengelolaan persediaan, dan pemrosesan pesanan. Semua ini dilakukan melalui kerja sama yang baik antara produsen, distributor, pengecer, dan konsumen guna memastikan kelancaran dan efisiensi aliran barang dari titik produksi ke tangan konsumen akhir.

Jasa pengiriman menjadi sangat penting dalam mendukung aktivitas e-commerce. Oleh karena itu, kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman merupakan indikator utama dalam membangun Kepuasan Pelanggan. Untuk memastikan bahwa barang yang dibeli oleh pelanggan sampai ke tangan mereka dalam kondisi baik dan tepat waktu, jasa pengiriman bertanggung jawab atas pesanan yang terdapat pada pasar e-commerce. Ketika mereka membeli barang secara online, orang mengharapkan layanan pengiriman yang baik dan cepat.

GoTo Logistic adalah pemain baru dalam industri jasa pengiriman di Indonesia sejak tiga tahun lalu. Sebagai bagian dari GoTo Group, GoTo Logistic ini memenuhi kebutuhan logistik yang semakin kompleks seiring dengan pesatnya pertumbuhan industri e-commerce terutama di TikTok Shop dan Tokopedia. GoTo Logistics berkomitmen untuk memberikan solusi pengiriman yang efisien dan efektif untuk membantu pengusaha dan konsumen berkembang dalam bisnis online. Permintaan akan layanan pengiriman barang yang cepat, aman, dan tepat waktu telah meningkat sebagai hasil dari pertumbuhan e-commerce yang pesat di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Sebagai penyedia layanan logistik muncul di tengah tren ini, dengan pengalaman yang dimiliki oleh induknya yaitu Gojek dan Tokopedia, mereka dapat menawarkan solusi logistik yang baik dan lebih cepat dibandingkan dengan pesaing mereka yang lebih lama, sebagai berikut layanan jasa pengiriman yang sudah berdiri lebih lama dari GoTo Logistics:

Tabel 1. Layanan Jasa Pengiriman Daerah Cinangka

EKSPEDISI DI DAERAH CINANGKA
1.GoTo Logistics
2.JNE
3.Wahan Express
4.Indah Logistik Internasional
5.ESL Express

Sumber:Logistic,Cinangka

Tujuan GoTo Logistics adalah untuk menjadi perusahaan logistik yang memenuhi permintaan nasional. Meskipun masih sangat baru di industri jasa pengiriman, perusahaan ini menggunakan pendekatan berbasis teknologi tinggi untuk meningkatkan efisiensi operasional. Pengiriman yang tepat waktu tidak hanya harapan pelanggan, tetapi seringkali menjadi kebutuhan yang mendesak. Setiap keterlambatan dalam pengiriman dapat berdampak negatif pada perusahaan logistik dan pelanggan yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan reputasi yang buruk terhadap perusahaan logistik. Menurut Brillyan dan Mahfud dalam (Siwi & Wahyudi, 2023) Ketepatan Waktu Pengiriman merupakan hal yang sangat penting dalam mengingat ketepatan pengiriman produk yang telah dipesan akan menjadi salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Pada perusahaan GoTo Logistic ketepatan waktu pengiriman masih menjadi evaluasi, terlihat pada table di bawah ini:

Tabel 2. Presentase OTD SLA

Bulan	Presentase OTD SLA
Januari	65.18%
Februari	74.19%
Maret	60.17%
Grand total	69.48%

Sumber GoTo Logistics, Cinangka

Dari table di atas menggambarkan bahwa performa ketepatan waktu pengiriman di perusahaan GoTo Logistics Cinangka selama periode Januari hingga Maret, tingkat pengiriman On Time Delivery menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan. Pada bulan Januari, presentase OTD tercatat sebesar 65.18%, meningkat menjadi 74.19% di bulan Februari, namun kembali menurun pada bulan Maret menjadi 60.17%. Secara rata-rata, ketepatan waktu pengiriman selama tiga bulan tersebut berada pada angka 69.48%. Ini menunjukkan bahwa performa ketepatan waktu pengiriman di perusahaan GoTo Logistics masih harus ditingkatkan.

Setelah membahas mengenai Ketepatan Waktu Pengiriman sebagai salah satu indikator penting dalam menilai kinerja layanan logistik, aspek lain yang tidak kalah penting adalah Kualitas Pelayanan. Pengertian Kualitas Pelayanan Menurut Zeithaml et al dalam (Anwar & Suriyok, 2022) bahwa, Kualitas Layanan dapat didefinisikan sebagai besarnya perbedaan antara harapan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh perbandingan antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi mereka setelah mendapatkan layanan tersebut. Menurut pendapat ahli lainnya, Tjiptono (2017:157) dalam Putri & Hanifa (2019) bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu dengan ekspektasi pelanggan. Maka kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai hasil dari evaluasi pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima, apakah sudah harapan mereka sudah terpenuhi atau belum. Jika harapan terpenuhi maka pelayanan dianggap berkualitas baik.

Namun, berdasarkan hasil survei di lapangan, Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh GoTo Logistics belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Beberapa pelanggan mengeluhkan kurangnya informasi saat terjadi kendala, serta tanggapan layanan pelanggan yang kurang cepat. Fenomena ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian layanan yang diterima, sehingga menjadi perhatian penting dalam upaya

peningkatan kualitas pelayanan pada GoTo Logistics di wilayah Cinangka. Ada beberapa jenis layanan pengiriman di GoTo Logistics Cinangka pada tabel berikut:

Tabel 3. Layanan GoTo Logistics

Jenis Layanan Pengiriman	Estimasi
Same Day	8 Jam (07:00–15:00)
Reguler	1 Hari

Sumber: <https://www.tokopedia.com/help/article/gtl>

Tabel di atas menjelaskan bahwa GoTo Logistics memiliki beberapa jenis layanan pengiriman yang disesuaikan dengan kebutuhan pengiriman barang. Selain kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan juga salah satu faktor penting dalam kesuksesan suatu perusahaan, termasuk dalam industri logistik. Dalam industri logistik, kepuasan pelanggan bergantung pada kualitas pengiriman dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan selama pengiriman barang.

Menurut Kotler dan Keller (2005:70) dalam jurnal (Matantu *et al.*, 2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan jasa tersebut untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan pelanggan tersebut.

Perusahaan GoTo Logistics Cinangka menyadari bahwa ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan di setiap tahap sangat penting untuk mencapai kepuasan pelanggan. GoTo Logistics berkomitmen untuk memberikan pelayanan berkualitas melalui ketepatan waktu pengiriman, pelayanan yang responsif, serta kemudahan pelacakan (*tracking*).

Namun, berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap pelanggan GoTo Logistics Cinangka, ditemukan bahwa kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan belum sepenuhnya terpenuhi. Beberapa pelanggan menyampaikan keluhan terkait keterlambatan pengiriman, kurangnya informasi ketika terjadi kendala, serta respons layanan pelanggan (*customer service*) yang kurang cepat dan solutif. Fenomena ini mencerminkan adanya ketidaksesuaian antara ekspektasi pelanggan dan kenyataan layanan yang diterima, yang berdampak langsung terhadap kepuasan pelanggan. Ketidaksesuaian tersebut menjadi indikasi bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh GoTo Logistics perlu dievaluasi dan ditingkatkan untuk memenuhi harapan pelanggan.

Tabel 4. Data Presentase Kepuasan Pelanggan

Bulan	Presentase Kepuasan Pelanggan
Januari	68.18%
Februari	73.92%
Maret	72.18%

Sumber: GoTo Logistics Cinangka

Dari tabel di atas menggambarkan bahwa perusahaan GoTo Logistics Cinangka masih berusaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Di bulan Januari, perusahaan GoTo Logistics Cinangka hanya mendapat skor 68.18% dari total survei kepuasan yang disebar. Di bulan Februari, perusahaan mulai berbenah sehingga persentase naik menjadi 73.92%. Namun, di bulan berikutnya terdapat penurunan terhadap perusahaan GoTo Logistics Cinangka dengan persentase 72.18%. Ini menjadi gambaran bahwa perusahaan GoTo Logistics Cinangka masih belum bisa menjaga performa pelayanan terhadap pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat fenomena ketepatan waktu pengiriman; masih ditemukan adanya keterlambatan dalam proses pengiriman barang oleh GoTo Logistics Cinangka yang menyebabkan ketidakpuasan terhadap pelanggan. Adapun fenomena terkait kualitas pelayanan yang mencakup kurangnya kejelasan informasi saat terjadi kendala, serta lambatnya respons (*response*) dari layanan pelanggan (*customer service*), yang menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya memenuhi

harapan pelanggan.

Serta fenomena kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa masih ada pelanggan yang merasa tidak puas dengan layanan yang diterima, baik dari segi ketepatan waktu pengiriman maupun kualitas pelayanan yang responsif. Fenomena-fenomena tersebut saling berkaitan dan menggambarkan adanya kesenjangan (*gap*) antara harapan pelanggan dan layanan yang diberikan, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada perusahaan GoTo Logistics di wilayah Cinangka.

KAJIAN LITERATUR

1. Manajemen Logistik

Menurut A. Nagari *et al.* (2024) mengatakan bahwa manajemen logistik adalah proses yang mencakup perencanaan, implementasi, dan pengendalian efisiensi serta efektivitas arus dan penyimpanan barang, layanan, dan informasi terkait dari titik asal hingga titik konsumsi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Ketepatan Waktu Pengiriman

Ketepatan waktu pengiriman adalah kemampuan pemasok untuk mengirimkan tepat waktu. Menurut Safriudin & Jauhari (2022) dalam Irfan Hassandi (2025) mengatakan bahwa pelanggan sering kali menggunakan perkiraan waktu kedatangan dan pengiriman sebagai tolak ukur saat mengevaluasi layanan pengiriman. Menurut Handoko (2010) dalam jurnal Eviani & Rachmat Hidayat (2021), ada tiga dimensi ketepatan waktu pengiriman, yaitu:

- a. Ketepatan dalam jasa pengiriman barang
- b. Ketepatan dalam menentukan harga
- c. Ketepatan dalam menentukan waktu

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Fachreza *et al.* (2022) dalam jurnal Wahyuni Nasution & Ayu Nofirda (2023) berpendapat kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terjadi dikarenakan kepuasan menjadi sebuah ukuran yang diberikan oleh setiap perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pada setiap pelanggannya. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Menurut Tjiptono (2014:282) dalam jurnal Dewi & Yosepha (2020) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dari lima dimensi yaitu:

- a. *Reliability* (keandalan) dalam bentuk kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera (kecepatan), keakuratan, dan memuaskan.
- b. *Responsiveness* (daya tanggap) dalam bentuk keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- c. *Assurance* (jaminan) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keraguan.
- d. *Empathy* (empati) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.

4. Kepuasan Pelanggan

Menurut Richard Oliver dalam jurnal Nadya Rizki Mirella *et al.* (2022), kepuasan pelanggan adalah respons pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Selanjutnya, menurut Philip Kotler dalam (Megawati, 2017), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dimensi kepuasan konsumen menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2015:101) dikutip dalam jurnal (Juni *et al.*, 2024), dimensi pembentuk kepuasan pelanggan terdiri dari:

- a. Kesesuaian harapan; merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
- b. Minat berkunjung kembali; merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa yang terkait.
- c. Kesediaan merekomendasi; merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

KERANGKA TEORI

1. Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Pada penelitian ini memakai teori Hafizha (2019:2) menjelaskan bahwa Ketepatan Waktu Pengiriman adalah saat pelanggan berbelanja produk hingga produk itu sampai ke pelanggan. Ketepatan Waktu Pengiriman dapat memenuhi permintaan pelanggan dan merupakan variabel penting dalam meningkatkan Kepuasan pelanggan. Menurut Handoko (2010) dalam Eviana dan Hidayat (2021:12) ada tiga dimensi Ketepatan Waktu Pengiriman, yaitu:

- a. Ketepatan dalam jasa pengiriman barang,
- b. Ketepatan dalam menentukan harga,
- c. Ketepatan dalam menentukan waktu.

Dalam ikatan antara Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zaenab dan Novia dalam Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Express Karawang. Hasil penelitian ini menunjukkan Ketepatan Waktu Pengiriman mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Kualitas Pelayanan merupakan faktor penting yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Pada penelitian ini memakai teori Tjiptono (2014:282) menjelaskan bahwa Kualitas Pelayanan dapat diukur dari lima dimensi, yaitu:

- a. *tangibels* (bukti fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi,
- b. *reliability* (keandalan) dalam bentuk kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera (kecepatan), keakuratan, dan memuaskan,
- c. *respoveness* (daya tanggap) dalam bentuk keinginan para staff untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap,
- d. *assurance* (jaminan) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keraguan, dan
- e. *emphaty* (empati) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.

Kualitas Pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan dan berdampak langsung pada Kepuasan Pelanggan. Dalam ikatan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zaenab dan Novia dalam Jurnal Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Express Karawang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan merupakan dua faktor utama yang sangat penting terhadap Kepuasan Pelanggan. Kepuasan Pelanggan menjadi tolak ukur yang tinggi dalam berbagai kebutuhan pemasaran dan tujuan perusahaan secara umum. Dalam Ricard dalam Tjiptono dan Diana (2018:16) menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan senang atau tidak

senangnya pelanggan dari suatu jasa atau hasil yang terimanya sesuai dengan yang diharapkan. Dengan dimensi Tjiptono (2014:101), yaitu:

- a. Kesesuaian Harapan,
- b. Minat berkunjung kembali,
- c. Kesiapan merekomendasi.

Dalam ikatan antara Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zaenab dan Novia dalam Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Express Karawang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara simultan.

Hipotesis

Hipotesis adalah komponen yang penting dalam penelitian ilmiah, berfungsi sebagai dugaan sementara terhadap permasalahan yang akan diuji kebenarannya melalui pengumpulan dan analisis data. Menurut Sugiyono (2019) dalam Aulia & Yulianti (2019) menyatakan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang kebenarannya masih diuji secara empiris. Menurut Creswell & Creswell (2018) dalam jurnal Yam & Taufik (2021) menyatakan bahwa hipotesis adalah pernyataan formal yang menyajikan hubungan yang diharapkan antara variabel independen dan variabel dependen.

Kajian teori dan kerangka pemikiran di atas dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

1. **H1:** Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. GoTo Logistics, Cinangka.
2. **H2:** Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. GoTo Logistics, Cinangka.
3. **H3:** Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. GoTo Logistics, Cinangka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan sebab akibat dari Ketepatan Waktu Pengiriman (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Menurut Sugiyono (2017:224) dalam (Mayndarto, 2022) mengatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah untuk memperoleh informasi. Tanpa mengetahui tentang teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan memperoleh data yang di butuhkan.

Untuk mendapatkan data yang diinginkan untuk mencapai tujuan penelitian diperlukan cara dan Teknik pengambilan data. Dalam penelitian ini sumber data dibedakan menjadi dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Dalam metode penelitian kuantitatif, setelah data dikumpulkan dari seluruh responden atau sumber data lainnya, dengan menyebar daftar pertanyaan (angket), langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data. Analisis data yang tertera dalam penelitian ini didapati menggunakan program SPSS.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Pada penelitian ini, penulis menggunakan program IBM Statistical for Product and Service Solution (SPSS) versi 30.0 untuk melakukan pengujian Ketepatan Waktu Pengiriman (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) sebagai variabel bebas (X), dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel terikat (Y). Berdasarkan tabel hasil pengujian Validitas pada penelitian ini, jumlah sampel (n) sebesar 100 responden. Untuk menentukan r tabel peneliti menggunakan rumus $df = N - 2$, jadi $100 - 2 = 98$, sehingga $r \text{ tabel} = 0,1966$. Berikut adalah

tabel uji validitas dari penelitian ini:

Tabel 5. Uji Validitas Ketepatan Waktu Pengiriman (X1)

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,725	0,1966	Valid
X1.2	0,773	0,1966	Valid
X1.3	0,724	0,1966	Valid
X1.4	0,727	0,1966	Valid
X1.5	0,735	0,1966	Valid
X1.6	0,811	0,1966	Valid

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada instrument pertanyaan untuk variabel Ketepatan Waktu Pengiriman dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r hitung masing-masing item yang seluruhnya lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,1996. Dengan kata lain, $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$. Oleh karena itu, kuesioner untuk variabel ini dapat dinyatakan valid.

Tabel 6. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2.1	0,730	0,1966	Valid
X2.2	0,800	0,1966	Valid
X2.3	0,853	0,1966	Valid
X2.4	0,777	0,1966	Valid
X2.5	0,880	0,1966	Valid
X2.6	0,863	0,1966	Valid
X2.7	0,842	0,1966	Valid
X2.8	0,841	0,1966	Valid
X2.9	0,759	0,1966	Valid
X2.10	0,844	0,1966	Valid

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada instrument pertanyaan untuk variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r hitung masing-masing item yang seluruhnya lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,1996. Dengan kata lain, $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$. Oleh karena itu, kuesioner untuk variabel ini dapat dinyatakan valid.

Tabel 7. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y.1	0,781	0,1966	Valid
Y.2	0,693	0,1966	Valid
Y.3	0,848	0,1966	Valid
Y.4	0,896	0,1966	Valid
Y.5	0,841	0,1966	Valid
Y.6	0,807	0,1966	Valid

Dari hasil perhitungan validitas di atas dapat disimpulkan bahwa item-item instrument pertanyaan dinyatakan valid karena semua item memiliki nilai item-item total yang lebih besar dari r tabel atau dapat dikatakan bahwa $r \text{ hitung}$ dalam penelitian ini $>$ dari $r \text{ tabel}$. Dengan demikian, tidak perlu ada item yang harus dihilangkan dan kuesioner dinyatakan valid atau layak untuk diuji.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi instrumen kuesioner dalam penelitian ini,

sehingga dapat digunakan secara berulang untuk mengukur variabel yang sama dan menghasilkan data yang konsisten. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan menggunakan teknik **Cronbach's Alpha**, dengan ketentuan bahwa instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$.

Tabel 8. Uji Reliabilitas Ketepatan Waktu Pengiriman (X1)

Cronbach's Alpha	N of Items
0,843	6

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.4, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,843, yang lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X1) dinyatakan reliabel.

Tabel 9. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,946	10

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.5, variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,946, yang lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel X2 dinyatakan reliabel.

Tabel 10. Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,897	6

Hasil uji reliabilitas pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,897, yang lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel Y dinyatakan reliabel. Berdasarkan tabel di atas, variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,700, variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) sebesar 0,630, dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,704. Seluruh nilai Cronbach's Alpha tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel X1, X2, dan Y dinyatakan reliabel.

Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji ini dilakukan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), untuk menentukan apakah pengaruh tersebut signifikan atau tidak. Hasil analisis uji t dapat dilihat dengan tabel di bawah ini:

Tabel 11. Hasil Uji t (Parsial)

Model	Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.215	1.178		2.730	,008
	Ketepatan Waktu Pengiriman	,243	,087	,237	2.799	,006
	Kualitas Pelayanan	,375	,047	,677	7.986	<,001
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa hasil uji t pada setiap variabel independen menunjukkan hasil sebagai berikut:

- Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman memiliki nilai signifikansi sebesar 0,006, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (0,05). Sedangkan pada t hitung variabel Kualitas Pelayanan

memiliki nilai $2,799 > t$ tabel $1,661$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

- b. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar $< 0,001$, yang juga lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan ($0,05$). Kemudian, nilai t hitung variabel Ketepatan Waktu Pengiriman memiliki nilai $7,986 > t$ tabel $1,661$. Berdasarkan hal ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa hipotesis “*Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan*” dinyatakan diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menguji model regresi atas pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen. Ketentuan dasar pengambilan keputusan berdasarkan Uji F yang dilakukan untuk menguji Hipotesis dapat dilihat sebagai berikut:

- H_0 ditolak dan H_a diterima jika F hitung $> F$ tabel
- H_0 diterima dan H_a ditolak jika F hitung $< F$ tabel

Dengan rumus perhitungan F tabel yaitu:

$$df_2 = n - k$$

$$df_2 = 100 - 2$$

Keterangan:

df: f hitung
n: sample
k: variabel bebas

Dan didapatkan f tabel sebesar $3,089$.

Tabel 11. Uji F Ketepatan Waktu Pengiriman (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1549.055	1	1549.055	170.890	<,001
	Residual	888.335	98	9.101		
	Total	2437.390	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu Pengiriman						

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, ditunjukkan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu $0,05$. Lalu F hitung didapat berjumlah $170,890$, di mana lebih besar dari f tabel yaitu $3,089$.

Tabel 12. Uji F Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1858.117	1	1858.117	314.351	<,000
	Residual	579.273	98	5.911		

	Total	2437.390	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan						

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, ditunjukkan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05. Lalu F hitung didapat berjumlah 314,351, di mana lebih besar dari f tabel yaitu 3,089.

Tabel 13. Kepuasan Pelanggan (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1901.416	2	950.708	172.058	,000
	Residual	535.974	97	5.526		
	Total	2437.390	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu Pengiriman, Kualitas Pelayanan						

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh bahwa nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05. Lalu F hitung didapat berjumlah 172,058, di mana lebih besar dari f tabel yaitu 3,089.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas (Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan).

Pembahasan Analisis

1. Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji statistik, hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji t dengan nilai sebesar T hitung $2,799 > T$ tabel 1,661 dengan signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$. Menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Ketepatan Waktu Pengiriman (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Yang artinya setiap peningkatan Kualitas Pelayanan akan meningkatkan proses Kepuasan Pelanggan. Dalam nilai koefisien determinasi atau R square diketahui sebesar 0,632 atau 63,2%. Artinya menunjukkan variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X_1) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 63,2%, sisanya 36,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji statistik, hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji t dengan nilai sebesar T hitung $7,986 > T$ tabel 1,661 dengan signifikansi sebesar $< 0,001 < 0,05$. Menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Yang artinya setiap peningkatan Ketepatan Waktu Pengiriman akan meningkatkan proses Kepuasan Pelanggan. Dalam nilai koefisien determinasi atau R square diketahui sebesar 0,760 atau 76%. Artinya menunjukkan variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 76%, sisanya 24% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

3. Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji statistik, hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan pada hasil Uji F yang dilakukan, diperoleh nilai F hitung sebesar $172,058 > F \text{ tabel } 3,089$ dengan tingkatan signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman secara bersama-sama mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan secara positif dan signifikan.

Hasil nilai koefisien determinasi R square Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,776 menunjukkan bahwa Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh sebesar 77,6% terhadap Kepuasan Pelanggan dan sisanya 22,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti harga, promosi, dan lokasi, dan lain sebagainya.

Berdasarkan nilai pada tabel rata-rata dari rekapitulasi variabel Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan, GoTo Logistics Cinangka menjadi alasan utama yang mendorong pelanggan merasa bahwa tingkat Kepuasan Pelanggan telah memenuhi kebutuhannya.

Dua variabel yang diteliti memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, di mana GoTo Logistics Cinangka berkomitmen untuk selalu menyediakan kebutuhan pelanggan yang beragam dengan melakukan riset terhadap kebutuhan tersebut, baik melalui peningkatan Kualitas Pelayanan maupun melalui inovasi dalam pengiriman barang sesuai dengan keinginan pelanggan, dan dengan upaya yang terus dilakukan demi menjaga Kualitas Pelayanan. GoTo Logistics Cinangka senantiasa memberikan pelayanan terbaik agar tidak mengecewakan pelanggan, serta berusaha mempertahankan kualitas secara konsisten agar tetap dipercaya oleh pengguna jasa pengiriman sehingga dengan hadirnya inovasi baru dan Kualitas Pelayanan yang terjaga, pelanggan baru akan tertarik untuk menggunakan jasa pengiriman GoTo Logistics Cinangka dan pelanggan lama akan terus mempercayai serta setia menggunakan layanan jasa pengiriman GoTo Logistic.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa Ketepatan Waktu Pengiriman (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $2,779 > t \text{ tabel } 1,661$ dan signifikansi $0,006 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kontribusi sebesar 63,2% berdasarkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,632.
2. Berdasarkan hasil uji statistik menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar $7,986 > t \text{ tabel } 1,661$ dan signifikansi $< 0,001 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima, dengan kontribusi sebesar 76% berdasarkan nilai koefisien sebesar 0,760.
3. Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa Ketepatan Waktu Pengiriman (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), dengan hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar $172,058 > F \text{ tabel } 3,089$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima, dengan kontribusi sebesar 77,6% berdasarkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,776, sedangkan sisanya sebesar 22,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Nagari et al. (2024). *Manajemen Logistik dan Rantai Pasokan*. https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=sYskEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA43&dq=nagari+manajemen+logistik&ots=L2uhtlw3_G&sig=Pd33MDbDvOk3eQzS63T89Y3gti0
- Adha, H. V., & Tafonao, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Citra Swalayan Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Nias Selatan*, 7(1), 40–49. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/JEB/article/view/1064>

- Anwar, K., & Suriyok, K. (2022). Persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan pada BMT yadika bangil. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 4992–4999. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1845>
- Aulia, A. R., & Yulianti, A. . (2019). *This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial Aulia & Yuliat* | Pen garuh City Branding “A Land Of Harmony” Terhadap Minat Berkunjung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(3), 71. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss1.pp67>
- Boediono, M., Christian, S., & Mustikasari Immanuel, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(1), 90–99. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/668>
- Dewi, R. Y., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 82–91. <https://jom.unsuraya.ac.id/index.php/jimen/article/view/22>
- Dwi Astuti, A. (2021). Fasilitas, Harga, Kualitas Pendidikan, Dan Lokasi Sebagai Determinan Keputusan Siswa Memilih Jasa Pendidikan Di SMK Muhammadiyah Imogiri (Studi Kasus Pada Jurusan Tata Busana). *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 10(2), 134–140. <https://doi.org/10.52643/jam.v10i2.1128>
- Ekonomi, F., Manajemen, P., Universitas, P., & Jambi, B. (2019). Pengaruh Pelayanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Asus Service Center Kota Jambi Adri Yeri Pratama Lase. *Science of Management and Students Research Journal*, 1(6), 193–199. <https://doi.org/10.33087/sms.v1i6.30>
- Eviani, I., & Rachmat Hidayat, Y. (2021). Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 11–19. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>
- Imawan, R., & Triyonowati. (2021). Pengaruh profitabilitas, kebijakan hutang, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan ritel di BEI. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(1), 1–17. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3898/3908>
- Irfan Hassandi, dkk. (2025). Waktu Pengiriman Pada Keputusan Penggunaan Layanan J & T Express Di Kota. 5(1), 14–28. <https://journal.univpancasila.ac.id/index.php/JIMP/article/view/8141>
- Juni, V. N., Di, M., Pelayanan, M. A. L., & Mpp, P. (2024). Caraka Prabhu: *Jurnal Ilmu Pemerintahan*. 8(1).
- Lesmana, H. (2021). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Di Kelurahan Pasarbatang. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi (JASIKA)*, 1(1), 29–37. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jasika>
- Matantu, R. N., Tampi, D. L., & Joane. V, M. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado. *Productivity*, 1(4), 355–360. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/30228>
- Mayndarto, E. C. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Owner*, 6(1), 426–442. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.590>
- Megawati, Y. (2017). Kualitas Pelayanan Terkait Dengan Kepuasan Konsumen Dalam Industri Jasa. *Business Management Journal*, 2(2), 1–11. <https://doi.org/10.30813/bmj.v2i2.589>
- Muliati, L., & Susiana, A. (2023). Produktivitas Kerja Karyawan Dipengaruhi Oleh Jenjang Karir Dan Etos Kerja Pada Pt. Victory Chingluh Indonesia. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 45. <https://doi.org/10.31000/dmj.v7i1.7296>

- Nadya Rizki Mirella, N., Nurlela, R., Erviana, H., & Herman Farrel, M. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.880>
- Novia, M. (2022). Pengaruh waktu pengiriman, daya tanggap, dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja secara daring pada shopee di Surabaya. 1–23. <http://eprints.perbanas.ac.id/9459/>
- Oscar, B., & Sumirah, D. (2019). Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(1), 1–11. <https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/promark/article/download/720/539>
- Putra, R. A., & Mulyani, S. (2024). *Kinerja Karyawan Matahari Departement Store Cbd*. November, 5880–5892. <https://jicnusanantara.com/index.php/jiic/article/download/1529/1676>
- Putri, N. A. F., & Hanifa, F. H. (2019). Analisis E-Service Quality Pada Myindihome Mobile Application. *EProceedings*, 5(2), 476–485.
- Rakhmalina, I., & Marsih, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Jne Cabang Sekayu. *Jurnal Manajemen Kompeten*, 4(2), 101. <https://doi.org/10.51877/mnjm.v4i2.209>
- Riadi, M., Kamase, J., & Mapparenta, M. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota. *Journal of Management Science (JMS)*, 2(1), 41–60. <https://doi.org/10.52103/jms.v2i1.320>
- Shabrina, N., Darmadi, D., & Sari, R. (2020). Pengaruh Motivasi dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Muslim Galeri Indonesia. *Jurnal Madani*, 3(2), 164–173. <https://doi.org/10.33753/madani.v3i2.108>
- Siwi & Wahyudi. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Loyalitas Pelanggan*. <https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/113025>
- Sunarya, D., & Sutoyo, E. (2023). Strategi Penanganan Banjir Di Kampung Babakan Bandung Desa Leuwisadeng Kecamatan Leuwisadeng. *SINKRON*, 1(1), 40. <https://doi.org/10.32832/jpmuj.v1i1.1672>
- Suryajaya, I., & Sienatra, K. B. (2021). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It. *Performa*, 5(3), 176–184. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1756>
- Suwarsa, T. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018–2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15. <https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/1906/905>
- Tafonao, A., Waruwu, Y., & Telaumbanua, S. M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di UD.Fany Kota Gunung Sitoli. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Nias Selatan*, 7(1), 9–17. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/JEB>
- Tololiu, R. M., & Roring, F. (2022). Pengaruh Promosi Dan Testimoni Pelanggan Terhadap Minat Beli Konsumen Hp Samsung. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1110–1120. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/43934>
- Usunier, J-C., & Lee, J. A. (2019). *Cultural Aspects Of Cross Border Consumer Behavior*. *Jurnal Saintifik*, 19(1), 25–30. <http://jurnal.faperta-unras.ac.id/index.php/JS/article/view/99/111>

- Wahyuni Nasution, S., & Ayu Nofirda, F. (2023). Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 337–347. <https://jom.umri.ac.id/index.php/emba/article/view/850>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://ejournal.unis.ac.id/index.php/perspektif/article/view/1540/1121>
- Yonathan, V., & Angreni, T. (2021). Pengaruh Promosi di Aplikasi Youtube dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1).