

# Mutu Pelayanan Dan Akurasi Waktu Pengiriman Barang Dalam Mempengaruhi Kepuasan Klien Pada Jasa Ekpedisi J&T Express Kota Kudus

**Zahariyatul Fitriyah<sup>1</sup>, Iwan Prasetyo<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi D3 Manajemen Logistik, Politeknik Rukun Abdi Luhur Kudus  
Email: zahariatulfitriyah00@gmail.com, iwanpras\_0988@yahoo.com

## Article Info

### Article history:

Received Maret 01, 2025  
Revised Maret 15, 2025  
Accepted Maret 31, 2025

### Keywords:

Mutu Pelayanan  
Akurasi Waktu Pelayanan  
Kepuasan Klien

### Keywords:

*Service Quality*  
*On-Time Delivery*  
*Client Satisfaction*

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji dampak mutu pelayanan dan akurasi waktu pengiriman berkenaan dengan kepuasan klien di industri pengiriman barang, terutama pada J&T Express di Kota Kudus. Pendekatan yang dipakai adalah kuantitatif dengan metode survei, di mana sampel diambil dari 109 pelanggan J&T Express di Kecamatan Dawe, Kudus, menggunakan teknik *probability sampling*. Data diperoleh melalui angket dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda oleh software SPSS. Temuan penelitian menerangkan bahwa mutu pelayanan ( $X_1$ ) berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan klien, dengan nilai uji t yang signifikan di bawah 0,05. Ini menandakan bahwa peningkatan mutu pelayanan dapat meningkatkan kepuasan klien J&T Express di Kota Kudus. Selain itu, akurasi waktu pengiriman ( $X_2$ ) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan berkenaan dengan kepuasan klien. Uji regresi linier berganda mengungkapkan bahwa kedua variabel ini, baik secara individu maupun bersama-sama, memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan klien, dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,604, yang berarti 60,4% variasi dalam kepuasan klien dapat diterangkan oleh mutu pelayanan dan akurasi waktu pengiriman.

### ABSTRACT

*The study aims to analyzed the impact of service quality and on-time delivery on customer satisfaction in the freight forwarding industry, especially at J&T Express in Kudus City. The approach used was quantitative with a survey method, where the sample was taken from 109 J&T Express customers in Dawe District, Kudus, using probability sampling techniques. Data were collected through questionnaires and analyzed by multiple linier regression using SPSS software. The research finding show that service quality ( $X_1$ ) has a positive and significant influence on customer satisfaction, with a significant t-test value below 0.05. This indicates that improving service quality can increas J&T Express customer satisfaction Kudus City. In addition, on-time delivery ( $X_2$ ) also revealed that these two variables, both individully and together, contributed significantly to customer satisfaction, with a coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.604, meaning 60,4% of the variation in customer satisfaction can be explained by service quality and on-time delivery.*

*This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.*



## 1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, pertumbuhan bisnis di industri pengiriman barang sangat penting untuk menjamin kepuasan pelanggan dan kelancaran distribusi barang, terutama dalam era pertumbuhan *e-commerce* yang pesat[1]. J&T Express, sebagai salah satu perusahaan ekspedisi terkemuka di Indonesia yang telah berkembang pesat dan menjadi pilihan utama bagi pelanggan yang menginginkan layanan pengiriman efisien dan terpercaya[2]. Dengan reputasi sebagai penyedia pengiriman yang cepat dan andal, perusahaan ini memiliki peran strategis dalam memastikan kelancaran, kecepatan, dan keamanan proses pengiriman[3]. Dalam konteks pertumbuhan *e-commerce* yang pesat, permintaan akan layanan pengiriman terus meningkat[4]. Oleh karena itu, untuk tetap bersaing di pasar yang semakin ketat, J&T Express perlu memahami kompleksitas operasional yang terkait dengan memenuhi standar kualitas layanan dan waktu pengiriman yang diharapkan oleh pelanggan[5].

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi suatu pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa melampaui harapan pelanggan tanggapan terhadap suatu hal yang dianggap baik atau memadai, atau suatu hal yang mengecewakan, setelah membandingkan harapan dengan apa yang diterima dari produk atau jasa[6]. Beberapa pertimbangan dalam pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan dalam jasa pengiriman barang antara lain adalah kualitas layanan dan ketepatan waktu[7].

Kualitas pelayanan yang dapat diberikan oleh perusahaan jasa pengiriman termasuk ketepatan dan kecepatan dalam pengiriman, serta keramahan dalam membangun nilai kepuasan bagi pelanggan[8]. Kualitas layanan telah menjadi prioritas dalam penelitian pemasaran dan logistik, yang berjalan paralel pada kualitas, kualitas manajemen dan kepuasan pada perusahaan[9]. Kualitas pelayanan telah menjadi penilaian utama dari keunggulan pelayanan sebagai bagian inti produk yang disediakan oleh penyedia jasa[10]. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen[11]. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan[12]. Jika pelayanan diterima melampaui harapan konsumen maka kualitas yang ideal[13]. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan konsumen, maka kualitasnya dipersepsikan buruk. Dengan demikian kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan pemilik jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten namun dinamis dengan mengikuti kebutuhan konsumen[14]. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan[15].

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat *research gap* yang menunjukkan perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Beberapa penelitian tersebut diantaranya penelitian yang dilakukan menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan[16]. Namun, hasil dari penelitian sebelumnya

oleh menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan[17].

Perusahaan logistik tidak hanya perlu fokus pada pelayanan, tetapi juga harus memperhatikan ketepatan waktu pengiriman barang. Waktu pengiriman ini merujuk pada rentang waktu dari saat pelanggan memesan produk hingga barang tersebut sampai di tangan konsumen[18]. Karena pentingnya aspek ini, ketepatan waktu pengiriman menjadi salah satu poin krusial yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Banyak konsumen memilih menggunakan jasa logistik yang dapat memberikan pelayanan maksimal dalam hal ketepatan waktu pengiriman. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para konsumen untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak[19]. Waktu pengiriman menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam era yang bergerak cepat seperti sekarang, pelanggan mengharapkan pengiriman yang cepat tanpa mengorbankan kualitas dan integritas barang yang dikirimkan. Perusahaan jasa pengiriman perlu melakukan survei untuk mengevaluasi ketepatan waktu pengiriman barang[20]. Ketepatan waktu pengiriman dapat didefinisikan sebagai waktu yang diperlukan oleh perusahaan untuk mengirim barang dari lokasi pengirimannya hingga tiba di alamat tujuan, sesuai dengan estimasi kedatangan barang[21]. Ketepatan waktu yang baik akan meningkatkan kualitas pelayanan dan memperkuat kepercayaan pelanggan. Sebaliknya, jika ketepatan waktu pengiriman tidak sesuai dengan harapan pelanggan, hal tersebut dapat dianggap sebagai pelayanan yang kurang berkualitas dan berpotensi membuat pelanggan mengeluh atau bahkan tidak akan kembali menggunakan layanan dari perusahaan yang bersangkutan.

Dari penelitian terdahulu, ditemukan adanya perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh waktu pengiriman barang terhadap kepuasan pelanggan. Ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh dengan menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan *research gap* yang ditemukan dari penelitian-penelitian di atas yaitu terkait variabel kualitas layanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan. Maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisis lebih dalam mengenai “Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang dalam Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Jasa Ekspedisi J&T Express Kota Kudus”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

## **Landasan Teori/*Theoretical Background*.**

### **Kepuasan Pelanggan**

Konsep kepuasan bersumber dari kata Latin “Satis,” bermakna cukup baik, dan “Facto,” bermakna melakukan. menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan terjadi ketika seseorang merasa puas atau kecewa setelah melakukan *compare* antara kinerja atau manfaat produk dengan keinginan yang dia bangun didalam pikirannya. Konsumen akan merasa kecewa ketika manfaat produk atau jasa berada di bawah harapan, namun apabila

manfaat produk memenuhi harapan maka klien akan puas. Faktor lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan, meliputi:

1. Kinerja: Produk atau jasa memberikan kinerja yang memuaskan konsumen
2. Harapan: Harapan konsumen sebelum membeli berfungsi sebagai tolak ukur untuk kepuasan. menambahkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan atau respon emosional terhadap pengalaman konsumsi barang atau jasa.

### **Kualitas Pelayanan**

Mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai upaya memenuhi kebutuhan pelanggan. kualitas pelayanan mencerminkan seberapa baik layanan memenuhi ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan adalah keadaan yang berubah-ubah yang melibatkan produk, tenaga kerja, langkah-langkah, dan *environment* yang mampu mencapai atau melampaui keinginan pelanggan. juga mengemukakan bahwa kualitas layanan mencakup pengalaman non-fisik seperti kesenangan dan hiburan yang memperkaya pengalaman konsumsi. Sementara itu, mengidentifikasi tiga jenis harapan pelanggan:

1. Will expectation: kinerja yang diperkirakan konsumen.
2. Should expectation: standar kinerja yang diharapkan.
3. Ideal expectation: kinerja terbaik yang diinginkan.

Menurut lima dimensi mutu pelayanan adalah:

1. Tangibles (Bukti Fisik): Penampilan fisik dan fasilitas perusahaan.
2. Reliability (Keandalan): kesediaan memberikan layanan cepat.
3. Responsiveness (Ketanggapan): kesediaan memberikan layanan cepat,
4. Assurance (Jaminan): kemampuan membangun kepercayaan pelanggan.
5. Empathy (Perhatian): Pemberian perhatian personal kepada pelanggan.

### **Ketepatan Waktu Pengiriman**

Ketepatan waktu pengiriman sebagai proses pengiriman barang dari produsen hingga konsumen. Ketepatan waktu pengiriman yakni periode dari pemesanan hingga produk diterima oleh pelanggan. menambahkan bahwa ketepatan waktu adalah keahlian penyediaan layanan untuk mengirim produk tepat sesuai waktu yang telah ditentukan. mendefinisikan akurasi waktu sebagai informasi yang digunakan oleh pengambil keputusan sebelum kehilangan relevansinya. Ketepatan waktu mencakup ketepatan layanan, harga, dan penetapan waktu. Indikator ketepatan waktu menurut meliputi:

Waktu pengiriman (*Lead Time*): waktu dari pemesanan hingga produk diterima  
Ketidaksesuaian waktu pengiriman (*Delivery Delay*): selisih antara waktu yang dijanjikan dengan waktu yang sebenarnya.

## **2. METODE**

Penelitian ini mengadopsi metode kuantitatif yang melibatkan penggunaan data numerik yang dianalisis dengan teknik statistik. Penelitian ini ditujukan untuk menguji interaksi antara variabel independen (mutu pelayanan dan akurasi waktu kirim barang) serta variabel dependen (kepuasan klien) dengan memanfaatkan pendekatan survei melalui kuesioner.

Populasi penelitian terdiri dari pelanggan J&T Express di Kecamatan Dawe, Kota Kudus. Metode yang dipakai yaitu *probability sampling*, yang memungkinkan harapan yang sama bagi tiap-tiap anggota populasi untuk terpilih. Rumus slovin berfungsi menetapkan ukuran sampel dari populasi sebanyak 150 orang dengan tingkat kesalahan ( $e$ ) 0,05, menghasilkan jumlah sampel sebanyak 109 responden.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = populasi (150 pelanggan)

$e$  = tingkat kesalahan (0,05)

### **Teknik Pengumpulan Data**

Data dikumpulkan menggunakan Kuesioner tertutup yang dibagikan secara daring via Google Forms.

Kuesioner menggunakan skala likert dengan empat opsi jawaban sebagai berikut: Sangat Setuju (SS) dengan angka 4, Setuju (S) dengan angka 3 Tidak Setuju (TS) dengan angka 2 Sangat Tidak Setuju (STS) dengan angka 1.

### **Uji Instrumen**

1. Uji Validitas: Memastikan setiap butir pertanyaan dalam kuesioner mengukur apa yang dimaksud. Butir pertanyaan dinilai valid apabila nilai  $r$  hitung lebih tinggi dibanding nilai  $r$  tabel.
2. Uji Reabilitas: Diuji dengan *Cronbach's Alpha* melalui SPSS untuk memeriksa konsistensi pengukuran. Instrumen dinilai reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha  $> 0,7$ .

### **Uji Asumsi Klasik**

1. Uji Normalitas: Memakai uji *Kolmogorov-Smirnov* guna memastikan data residual menunjukkan distribusi normal.
2. Uji Multikolinearitas: Menilai melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan tolerance. Model dianggap bebas dari multikolinearitas jika VIF  $< 10$  dan tolerance  $> 0,1$ .
3. Uji Heteroskedastisitas: Menggunakan uji Glejser untuk memastikan varians residual konstan. Tidak ada heteroskedastisitas jika nilai signifikansi  $> 0,05$ .

### **Analisis Data**

Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengukur dampak variabel bebas terhadap variabel terikat dengan persamaan regresi:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

$Y$  = kepuasan pelanggan

$a$  = *Constanta*

$b_1 - b_4$  = Koefisien Regresi

- $X_1$  = Variabel mutu pelayanan  
 $X_2$  = Variabel akurasi waktu pengiriman  
 $e$  = *Error distribances*

### **Uji Hipotesis**

1. Uji Parsial (Uji t): Mengecek dampak tiap-tiap variabel independen berkenaan dengan variabel dependen secara individual. Hipotesis diterima apabila t hitung lebih besar dibanding t tabel pada tingkat signifikansi 5%.
2. Uji Simultan (Uji F): Mengukur dampak variabel independen secara simultan atas variabel dependen. Hipotesis diterima apabila nilai F hitung lebih tinggi dari F tabel pada taraf signifikansi 5%.
3. Koefisien Determinan ( $R^2$ ): Menguji tingkat variabel independen dapat menerangkan variabel dependen. Nilai  $R^2$  hampir 1 menunjukkan pengaruh yang sangat kuat.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Responden**

Observasi ini menggunakan distribusi kuesioner melalui *Google Form* kepada 109 pelanggan jasa ekspedisi J&T di Kota Kudus. Responden dikelompokkan menurut beberapa karakteristik, termasuk jenis kelamin, usia, serta pekerjaan.

### **Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Sebagian besar pengguna jasa ekspedisi J&T di Kota Kudus adalah perempuan (68,8% atau 75 responden) sebagian kecil penggunaanya adalah laki-laki (31,2% atau 34 responden). Hal ini menunjukkan bahwa strategi layanan dan pemasaran yang lebih berfokus pada kebutuhan perempuan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menarik lebih banyak konsumen perempuan.

### **Responden Berdasarkan Umur**

Mayoritas responden berusia antara 15-20 tahun (47,7%). Segmen ini terdiri dari remaja dan dewasa muda, sehingga strategi pemasaran yang menggunakan media sosial dan promosi khusus untuk kelompok ini dapat meningkatkan efektivitas.

### **Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Mayoritas responden berprofesi sebagai karyawan (47,7%) dan pelajar/mahasiswa (44,9%). Layanan yang ditujukan untuk karyawan, seperti pengiriman yang disesuaikan dengan jam kerja, serta program diskon bagi pelajar/mahasiswa dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan.

### **Uji validitas**

Untuk memastikan validitas instrumen penelitian, maka pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS. Uji ini dilakukan dengan melakukan *compare* antara nilai r hitung dari tiap-tiap pertanyaan terhadap r tabel yang dihitung berdasarkan derajat kebebasan ( $df = n - k$ ), n adalah total sampel dan k mewakili total konstruk. Dalam penelitian ini df adalah 107 dan r tabel sebesar 0,1882 pada tingkat

signifikansi 0,05. Hasil membuktikan bahwa seluruh pertanyaan bernilai  $r$  hitung yang lebih tinggi dari  $r$  tabel dan bernilai positif, sehingga seluruh item dalam variabel kepuasan klien, mutu layanan, dan akurasi waktu pengiriman dinyatakan valid.

### **Uji Reabilitas**

Reabilitas instrumen diuji dengan *Cronbach's Alpha*, yang untuk 30 item menunjukkan nilai 0,969. Nilai ini jauh melebihi ambang batas minimum 0,60, menandakan bahwa instrumen sangat reliabel dan konsisten dalam mengukur variabel mutu layanan, akurasi waktu pengiriman, serta kepuasan klien, sehingga dapat diandalkan untuk pengukuran lebih lanjut.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Normalitas**

Hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa residual dari model regresi berdistribusi normal. Dengan 109 sampel, rata-rata residual adalah 0 dan standar deviasi 2,1716. Nilai statistik uji Kolmogorov-Smirnov adalah 0,083 dengan  $p$ -value 0,060. Karena  $p$ -value lebih besar dari 0,05, tidak ada cukup bukti untuk menolak hipotesis nol, yang berarti distribusi residual dianggap normal. Asumsi normalitas dalam model regresi terpenuhi, menandakan bahwa model ini valid untuk analisis lebih lanjut.

#### **Uji Multikolinearitas**

Pengujian tidak menunjukkan adanya masalah multikolinearitas dalam model regresi, karena nilai VIF untuk kedua variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) kurang dari 10 (2197), dan nilai tolerance lebih tinggi dari 0,1 (0,455) yang artinya variabel independen tidak berkorelasi secara berlebihan dan dapat diinterpretasikan secara terpisah. Model regresi memberikan gambaran bahwa kedua variabel independen secara signifikan memberikan efek terhadap variabel dependen ( $Y$ ), dengan  $X_1$  memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan  $X_2$ , dan hasil regresi dapat diandalkan untuk interpretasi lebih lanjut.

#### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas ditujukan guna mengetahui bahwa varians residual tetap konstan. Grafik *scatterplot* memperlihatkan titik-titik menyebar di sekeliling sumbu  $Y$  tanpa pola tertentu. Menandakan tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi. Asumsi heteroskedastisitas terpenuhi.

### **Uji Analisis dan Uji Hipotesis**

#### **Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji $t$ (Parsial)**

Berdasarkan analisis regresi linier berganda, kedua variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) menunjukkan dampak yang signifikan atas variabel dependen ( $Y$ ). Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 7.778 + 0.546X_1 + 0.223X_2$$

Keterangan:

1. Konstanta (Intercept): Nilai konstanta sebesar 7.778 memperlihatkan bahwa apabila variabel independen  $X_1$  dan  $X_2$  bernilai 0, maka nilai Y (variabel dependen) adalah 7.778.
2. Koefisien  $X_1$  (B): Koefisien sebesar 0.546 memperlihatkan bahwa tiap kenaikan satu satuan pada  $X_1$  bisa menaikkan Y sebanyak 0.546, dengan dugaan variabel lainnya tetap.
3. Koefisien  $X_2$  (B): Koefisien sebesar 0.223 memperlihatkan bahwa tiap kenaikan satu satuan pada  $X_2$  bisa menaikkan Y sebanyak 0.223, dengan dugaan variabel lainnya tetap.

#### **Uji t (Parsial)**

Hasil uji t mengindikasikan bahwa variabel independen  $X_1$  dan  $X_2$  memiliki dampak signifikan atas variabel dependen Y, sebab nilai signifikansi (Sig.) untuk kedua variabel lebih kecil dari 0,05. Penjelasan rinci adalah sebagai berikut:

1. Konstanta (7,778): nilai dasar Y saat  $X_1$  dan  $X_2$  tidak berpengaruh.
2. Koefisien Tidak Terstandarisasi:
  - $X_1$  (B = 0,546): tiap kenaikan satu unit pada  $X_1$  akan menaikkan Y sebesar 0,546.
  - $X_2$  (B = 0,223): tiap penambahan satu unit pada  $X_2$  akan menaikkan Y sebesar 0,223.
3. Koefisien Terstandarisasi:
  - $X_1$  (Beta = 0,577):  $X_1$  memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan  $X_2$ .
  - $X_2$  (Beta = 0,246): Pengaruh  $X_2$  lebih kecil dibanding  $X_1$ .
4. Nilai t dan Sig.:
  - $X_1$  (t = 6,370, Sig. = 0,000):  $X_1$  berpengaruh positif signifikan terhadap Y.
  - $X_2$  (t = 2,720, Sig. = 0,008):  $X_2$  berpengaruh positif signifikan terhadap Y.

#### **Uji F (Simultan)**

Uji F dimanfaatkan guna mengetahui variabel independen mempunyai dampak signifikan atas variabel dependen secara simultan atau tidak. Hasil uji ANOVA mengkonfirmasi bahwa nilai F hitung sebesar 80,805 dengan nilai signifikansi lebih rendah dari 0,001, yang mengindikasikan jikalau variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan atas variabel Y. Hal ini membuktikan bahwa model regresi yang dipakai secara efektif menunjukkan variasi dalam variabel dependen berdasarkan variabel independen yang dimasukkan.

#### **Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi yang dicocokkan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,596 mengindikasikan bahwa 59,6% dari variasi variabel dependen Y bisa diterangkan oleh variabel independen  $X_1$  dan  $X_2$  dalam model regresi. Sisanya sebesar 40,4% diterangkan oleh aspek-aspek di luar model. Nilai R Square 0,604 menggambarkan bahwa model ini secara keseluruhan mampu menjelaskan 60,4% dari variasi dalam variabel dependen.

#### **Pembahasan**

Hasil uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik menerangkan bahwa instrumen penelitian ini valid dan reliabel. Asumsi-asumsi model regresi juga terpenuhi sehingga hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan dengan baik. Variabel mutu layanan ( $X_1$ ) memberikan dampak yang lebih besar berkenaan dengan kepuasan klien ( $Y$ ) dibandingkan dengan ketepatan waktu pengiriman ( $X_2$ ), meskipun kedua variabel independen tersebut memberikan dampak signifikan baik secara parsial ataupun simultan terhadap variabel dependen

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan observasi yang dilakukan, bisa diambil kesimpulan bahwa instrumen yang dipakai terbukti valid dan reliabel. Uji validitas menjelaskan bahwa tiap-tiap butir kuesioner mengandung nilai  $r$  hitung yang lebih tinggi dari  $r$  tabel, dan uji reliabilitas memakai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 menunjukkan konsistensi instrumen. Model regresi telah memenuhi semua uji asumsi klasik, termasuk normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, sehingga hasil analisis dapat diandalkan. Mutu layanan dan akurasi waktu pengiriman berdampak signifikan terhadap kepuasan klien, dengan peningkatan kedua variabel ini berpotensi meningkatkan kepuasan. Uji  $F$  menunjukkan pengaruh simultan yang signifikan dengan nilai  $R$  Square sebesar 0,604, yang berarti model ini dapat menjelaskan 60,4% variabilitas kepuasan pelanggan.

#### **SARAN**

Berdasarkan kesimpulan dari observasi ini, berikut beberapa usulan yang bisa diberikan:

1. Fokus pada kualitas layanan: Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas layanan melalui pelatihan, perbaikan infrastruktur, dan pengembangan sistem yang responsif.
2. Prioritaskan ketepatan waktu pengiriman: Mengoptimalkan sistem logistik dan teknologi untuk memastikan pengiriman tepat waktu guna meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Tingkatkan kolaborasi antar departemen: Kerja sama antar departemen yang terlibat dalam pelayanan dan pengiriman perlu ditingkatkan untuk memperbaiki kualitas layanan.
4. Lakukan penelitian lebih lanjut: Penelitian lanjutan bisa ditambah dengan variabel lain seperti harga, promosi, dan pengalaman pelanggan untuk pemahaman yang lebih menyeluruh.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Sakti, B. J. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J & T Express Kota Semarang ).

- Journal of Manajemen, 7, 1–9.  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/22343>
- [2] Sovia, Pramudita Aditya., Tamadara Hilman. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Logistik terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurna Bisnis dan Pemasaran*. Vol 12 no 1Maret 2022.
  - [3] Pramudita, A.S. 2020. Pengaruh *Insight* Media Sosial Instagram. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 10 (April 2020), 1–14
  - [4] Mardikaningsih, R. 2021. Pencapaian Kepuasan Pelanggan pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Baruna Horizon*, 4 (1), 64-73.
  - [5] Martua,C., & Djati, S. P.2018. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman AB Cargo. *Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal dan UMKM*, 1(1), 10-18.
  - [6] Dewantoro, D., Aryani, L., & Marzuki, F.2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas *Tracking* Sistem terhadap Kepuasan Pelanggan JNE. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 278-293).
  - [7] Ningtiyas, T. S.2019. Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Pengiriman Barang. *Iqtisha Dequity Jurnal Manajemen*, 2(1).
  - [8] Renouw, A. A., Maryen, A., & Ladopura, A. M. M.2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sorong. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 4428-4444.
  - [9] Aminah, Rafani, Y., & Hariyani.2017. Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pangkal Pinang). 17(September), 49–61
  - [10] 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).
  - [11] Mawarni, O. D., & Adi, S. W.2022. Pengaruh Fasilitas Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Studi Pada J&T Express Cabang Kota Karanganyar). *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 445-450
  - [12] Juniariska, S., Rachma, N., & Primanto, A. B. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS Indonesia (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. POS Indonesia Cabang Gempol). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(12).
  - [13] Masuku, D., Joesah, N., & Kusuma, AB. 2024. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Pelanggan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi* , 1 (3), 208-222
  - [14] Umayya.2017. Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pasien pada klinik dokter gigi eka adhayani aksara.
  - [15] Eviani, I., & Hidayat, Y. R.2021. Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 11-19
  - [16] Kasmir. 2017. *Customer Services Excellent Teori dan Praktik*. Rajawali Pers.
  - [17] Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction* Yogyakarta; Andi Offset.
  - [18] Dimiyati, M. 2018. *Pendekatan Hayati: Strategi Pemasaran Untuk Hadapi Persaingan Yang Dinamis : Hayati Approach: a Marketing Strategy For Dynamic Competition*. Mitra Wacana Media.

- [19] Attamimi, F. M., Hufron, M., & Rahman, F. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Ketepatan waktu terhadap Kepuasan Kosumen (studi pada konsumen jne kota malang). E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 9(16).
- [20] Lisnasari,dkk, 2016, “Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu dan Tarif Pengiriman Barang atau Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan(Studi Kasus Pada PT Kerta Gaya Pusaka)”, Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB), Volume 13, Nomor 2, November 2016
- [21] Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Penerbit Alfabeta