

Pengaruh *Service Quality*, *On Time Delivery*, Dan *Price* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo

Robi'atul Adhewiyah¹, Dedi Joko Hermawan^{2*}, Yekti Rahajeng³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Panca Marga
Email : dedijoko@upm.ac.id

ABSTRAK

Di Indonesia saat ini sudah banyak mengalami pertumbuhan cepat di dalam dunia bisnis terutama bisnis jasa pengiriman barang. Fenomena yang terjadi dimana perusahaan memiliki kemajuan yang pesat dalam menyediakan pengiriman barang atau layanan kurir menjadikan perusahaan jasa pengiriman barang mempunyai peran penting dalam meningkatkan arus barang dari tempat satu ketempat lain. Jenis penelitian penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Sampel ini sebanyak 98 responden yang minimal telah melakukan pengiriman sebanyak 2 kali. Penentuan sampel menggunakan teknik sampling purposive. Sumber data yang digunakan berasal dari data sekunder dan data primer yang merupakan hasil dari penyebaran kuesioner diolah dengan menggunakan teknik analisis data berupa validitas, reliabilitas, asumsi klasik, analisis linier berganda (*adjusted r square*), koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* berdampak secara signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan skor nilai t_{hitung} sebesar $2,723 > t_{tabel}$ 1,661 (sig 0,008 < 0,05), *on time delivery* berdampak secara signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan nilai t_{hitung} sebesar $5,268 > t_{tabel}$ 1,661 (sig 0,000 < 0,05), dan *price* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction* dengan nilai t_{hitung} sebesar $3,297 > t_{tabel}$ 1,661 (sig 0,001 < 0,05).

Kata Kunci : *service quality, time delivery, price, customer satisfaction*

ABSTRACT

Currently, Indonesia has experienced a rapid increase in the business world, especially the freight forwarding service business. The phenomenon that occurs where companies have rapid progress in providing goods delivery or courier services makes goods delivery service companies have an important role in increasing the flow of goods from one location to another. This type of research is a type of quantitative research with a causal associative approach. The sample 98 respondents who had sent at least 2 times. Determination of the sample using purposive sampling technique. The data from secondary data and primary data which are the result of distributing questionnaires processed using data analysis techniques in the form of validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear analysis (*adjusted r square*), coefficient of determination and test hypothesis. The results showed that *service quality* had a significant effect on *customer satisfaction* with a *tcount* of $2.723 > ttable$ 1.661 (sig 0.008 < 0.05), *on time delivery* had a significant effect on *customer satisfaction* with a *tcount* of $5.268 > ttable$ 1.661 (sig 0.000 < 0.05), and *price* has a significant effect on *customer satisfaction* with a *tcount* of $3.297 > ttable$ 1.661 (sig 0.001 < 0.05).

Keywords : *service quality, time delivery, price, customer satisfaction*



1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di Indonesia saat ini sudah banyak mengalami peningkatan yang pesat di dalam dunia bisnis terutama bisnis jasa pengiriman barang. Terdapat banyak perusahaan jasa seperti POS Indonesia, J&T, JNE, ID *Express*, Si Cepat dan lain sebagainya yang menawarkan berbagai pengiriman barang secara cepat dan tepat. Fenomena yang terjadi dimana perusahaan memiliki kemajuan yang pesat dalam menyediakan pengiriman barang atau layanan kurir menjadikan perusahaan jasa pengiriman barang mempunyai peran penting dalam meningkatkan arus produk dari tempat satu ke tempat lain. Perusahaan jasa pengiriman barang memiliki peran utama sebagai sarana transportasi barang. Peran sebagai sarana transportasi ini meliputi penyedia kualitas pelayanan yang baik dalam penyediaan pengiriman barang dalam jarak dekat atau jauh (Hafizha et al., 2019).

Karena itu untuk menarik perhatian konsumen perusahaan jasa pengiriman harus memiliki keunggulan dalam segi pelayanannya, sebab dengan kualitas pelayanan yang berkualitas dapat memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas Jasa adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Fatihudin, 2019). Tidak hanya faktor kualitas pelayanan saja yang harus dilakukan oleh perusahaan melainkan terdapat beberapa faktor lainnya seperti ketepatan waktu dalam pengiriman barang serta harga yang ditawarkan perusahaan dalam pengiriman barang. Ketepatan waktu pengiriman ialah waktu dari saat pelanggan melakukan pemesanan atau transaksi pengiriman hingga barang sampai pada pelanggan. Dimana paket atau barang harus dikirimkan dengan tepat dan tiba sesuai jadwalnya. Karena hal ini akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan memberikan dampak baik atau buruknya perusahaan (Dewantoro et al., 2020). Harga, nilai, dan utilitas adalah konsep yang terikat erat. *Utility* adalah atribut suatu produk yang dapat memuaskan kebutuhan (Haris, 2016). Hal ini dilakukan agar menciptakan kepuasan pelanggan jasa pengiriman. Kepuasan sendiri dapat diartikan sebagai suatu keadaan dimana keinginan atau harapan konsumen terhadap pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai dengan fakta industri yang dapat diterima oleh konsumen. Berbeda jika situasi yang diharapkan tidak sesuai dengan yang terjadi, satu konsumen dan yang lainnya akan kecewa. Sebaliknya jika suatu pelayanan dapat memenuhi harapan yang diinginkan konsumen, jelas konsumen akan senang (Elmas et al, 2019). Dengan demikian peneliti memerlukan untuk mengidentifikasi kualitas layanan, pengiriman tepat waktu juga harga dalam menaikkan kepuasan pelanggan sekaligus bersaing untuk pelanggan menghadapi banyaknya pesaing jasa pengiriman barang yang ada. Berdasarkan latar belakang maka peneliti tertarik meneliti judul “Pengaruh *Service Quality*, *On Time Delivery* dan *Price* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo”.

Rumusan Masalah

Maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut : a) Adakah dampak signifikan antara variabel *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo? b) Adakah dampak signifikan antara variabel *On Time Delivery* terhadap *Customer Satisfaction* pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo? c) Adakah dampak signifikan antara variabel *Price* terhadap *Customer Satisfaction* pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo?

2. TELAAH PUSTAKA

Service Quality

Service Quality ialah seberapa besar perbedaan antara harapan pelanggan dan kenyataan pelayanan yang diterima (Indrasari, 2019). Indikator yang digunakan adalah menurut (Indrasari, 2019) terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan 1) (*tangibels*), 2) (*reliability*) 3) (*responsiveness*), 4) (*assurance*), 5) (*emphaty*).

On Time Delivery

Ketepatan waktu pengiriman ialah diperlukan perusahaan untuk mengirimkan barang dari pengirim yang benar dan sampai di alamat tujuan sebelum tanggal yang dijanjikan atau ditentukan (Mawarni & Adi, 2022). Indikator digunakan adalah Menurut (Aminah, 2017) adapun indikator ketepatan waktu yaitu 1) Kendaraan yang digunakan, 2) Nilai barang bagi penerima, 3) Jarak ditempuh.

Price

Harga adalah jumlah uang (mungkin beberapa item) diperlukan membeli varian barang dan layanan terkait (Indrasari, 2019). Indikator digunakan adalah menurut (Indrasari, 2019) lima indikator yang menggambarkan harga. Lima indikator adalah 1) Kesesuaian harga, 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, 3) Daya saing, 4) Kesesuaian harga dengan utilitas, 5) harga dapat berdampak keputusan konsumen.

Customer Satisfaction

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan efisiensi suatu produk dengan harapan orang tersebut (Arief, 2020). Indikator yang digunakan adalah menurut (Indrasari, 2019) pada umumnya kepuasan memiliki beberapa indikator-indikator yakni 1) Memenuhi keinginan, 2) ingin untuk kembali, 3) Kesiapan merekomendasikan.

Penelitian Terdahulu

(Mawarni & Adi, 2022) “Dampak Fasilitas Sistem Pelacakan *Online*, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express “. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan ketepatan waktu berdampak



signifikan pada kepuasan pelanggan, harga tidak berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan. (Solikha & Suprpta, 2020) “Dampak Harga dan Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. GO-JEK)”. Berdasarkan hasil uji hipotesis bahwa ada dampak positif juga signifikan pada atribut harga pada kepuasan pelanggan dan atribut kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan. (Eviani & Hidayat, 2021) “Dampak Sistem Pelacakan *Online* Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Pada Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T *Expres* Kota Baru Bekasi”. Berdasarkan hasil uji hipotesis menampakkan ketepatan waktu pengiriman berdampak positif pada kepuasan pelanggan. (Jaya Sakti, 2018) “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J&T *Express* Kota Semarang)”. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Handoko, 2017) “Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan”. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hipotesis

H1: Diduga terdapat dampak signifikan antara atribut *Service Quality* terhadap *customer satisfaction* pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo.

H2: Diduga terdapat dampak signifikan antara atribut On Time Delivery terhadap Customer Satisfaction pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo.

H3: Diduga terdapat dampak signifikan antara atribut variabel Price terhadap Customer Satisfaction pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo.

3. METODOLOGI

Jenis penelitian adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Menurut (Sujarweni, 2019) “Penelitian kuantitatif ialah jenis penelitian yang memperoleh hasil yang bisa dicapai mengenakan metode statistik atau metode lain dari kuantitatif (pengukuran)”. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 5.230 pelanggan periode februari 2023. Sampel yang digunakan sebanyak 98 responden dengan perhitungan mengenakan rumus sovini. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Nonprobability sampling* dimana pengambilan sampel dilakukan melalui *sampling purposive*. Dengan kriteria minimal melakukan pengiriman barang sebanyak 2 kali pengiriman. Jenis data dibagi 2 yakni data primer diperoleh dari angket dan hasil tanya jawab, sekunder diperoleh dari sejarah, visi dan misi, profil perusahaan, data pelanggan, struktur organisasi, data produk pengiriman barang dari PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo, buku-buku dan jurnal dengan topik *service quality*, *on time delivery*,



price, dan *customer satisfaction*. Teknik pengumpulan data yaitu angket, Tanya jawab, observasi, dokumentasi.

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2017). Adapaun analisis data dalam penelitian ini diantaranya uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, analisis koefisien determinasi (*adjusted r square*), pengujian hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Pertanyaan	X1	X2	X3	Y	r table	Keterangan
1	0,796	0,744	0,804	0,519	0,1986	Valid
2	0,652	0,784	0,341	0,541	0,1986	Valid
3	0,656	0,453	0,768	0,676	0,1986	Valid
4	0,694	0,732	0,852	0,783	0,1986	Valid
5	0,333	0,647	0,650	0,688	0,1986	Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Hasil diketahui semua konsep pengukuran variabel *Service Quality*, *On Time Delivery*, *Price* dan *Customer Satisfaction* yang digunakan dalam penelitian dengan beberapa item pernyataan dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,1986.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha 0,60	Keterangan
<i>Service Quality</i>	0,606	0,60	Reliabel
<i>On Time Delivery</i>	0,698	0,60	Reliabel
<i>Price</i>	0,735	0,60	Reliabel
<i>Customer Satisfaction</i>	0,640	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Hasil dapat diketahui semua menampakkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 sehingga semua variabel dikatakan reliabel.



Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Model	Asymp. Sig. (2-tailed)	Ketentuan	Keterangan
1	0,200	> 0,05	Berdistribusi Normal

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Hasil uji normalitas diatas diketahui bahwa nilai sig 0,200 yang skor sig > 0,05, dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Ketentuan	Keterangan
<i>Service Quality</i>	2,055	< 10	Tidak Multikolinearitas
<i>On time Delivery</i>	1,671	< 10	Tidak Multikolinearitas
<i>Price</i>	1,461	< 10	Tidak Multikolinearitas

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Hasil multikolinieritas skor VIF ketiga atribut yaitu *Service Quality* sebesar 2,055 < 10, *On Time Delivery* 1,671 < 10, *Price* 1,461 < 10. Skor tolerance semua atribut > 0,10. Bahwa semua atribut independen dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Ketentuan	Keterangan
<i>Service Quality</i>	0,579	> 0,05	Tidak Heteroskedastisitas
<i>On Time Delivery</i>	0,708	> 0,05	Tidak Heteroskedastisitas
<i>Price</i>	0,391	> 0,05	Tidak Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil tabel diatas pada uji glejser bahwa di dalam analisa regresi tidak terdapat gejala heteroskedstisitas. Dapat diketahui dari nilai signifikansi variabel *Service Quality* sebesar 0,579, *On Time Delivery* sebesar 0,708, dan *Price* sebesar 0,391 yang lebih tinggi dari 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients B	Keterangan
	4,535	
<i>Service Quality</i>	0,250	Hubungan Positif
<i>On Time Delivery</i>	0,381	Hubungan Positif
<i>Price</i>	0,182	Hubungan Positif

Sumber : Data diolah SPSS, 2023



Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 4,535 + 0,250X_1 + 0,381X_2 + 0,182X_3 + 1,460 + e$$

Tampak skor konstanta setinggi 4,535 menyatakan bahwa jika tidak ada variabel *Service Quality*, *On Time Delivery*, dan *Price* maka akan diperoleh skor *Customer Satisfaction* (Y) setinggi 4,535. Koefisien regresi b_1 *Service Quality* = 0,250, angka baik yang menampakkan ikatan searah X_1 dengan Y. Jika *Service Quality* naik maka *Customer Satisfaction* akan naik juga sebaliknya jika *Service Quality* turun maka *Customer Satisfaction* akan turun. Koefisien regresi b_2 *On Time Delivery* = 0,381, angka baik yang menampakkan ikatan searah X_2 dengan Y. Jika *On Time Delivery* naik maka *Customer Satisfaction* akan naik juga sebaliknya jika *On Time Delivery* turun maka *Customer Satisfaction* akan turun. Koefisien regresi b_3 *Price* = 0,182, angka baik yang menampakkan ikatan searah X_3 dengan Y. Jika *Price* naik maka *Customer Satisfaction* akan naik juga sebaliknya jika *Price* turun maka *Customer Satisfaction* akan turun.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	Adjust R Square	Keterangan
1	0,602	60,2% berpengaruh

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas, besarnya pengaruh ketiga variabel independen (*Service Quality*, *On Time Delivery*, dan *Price*) terhadap variabel dependen *Customer Satisfaction*) diperoleh dari skor *Adjusted R Square* setinggi 0,602 dihitung $0,602 \times 100\% = 60,2\%$. Berarti *Customer Satisfaction* 60,2% dipengaruhi oleh *Service Quality*, *On Time Delivery*, dan *Price*. sisanya 39,8% ($100\% - 60,2\%$) *Customer Satisfaction* digoyahkan atribut lain yang bukan termasuk model didalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 8. Hasil Uji t

Variabel	Sig.	Ketentuan sig.	Keterangan
<i>Service Quality</i>	0,008	< 0,05	Berpengaruh
<i>On Time Delivery</i>	0,000	< 0,05	Berpengaruh
<i>Price</i>	0,001	< 0,05	Berpengaruh

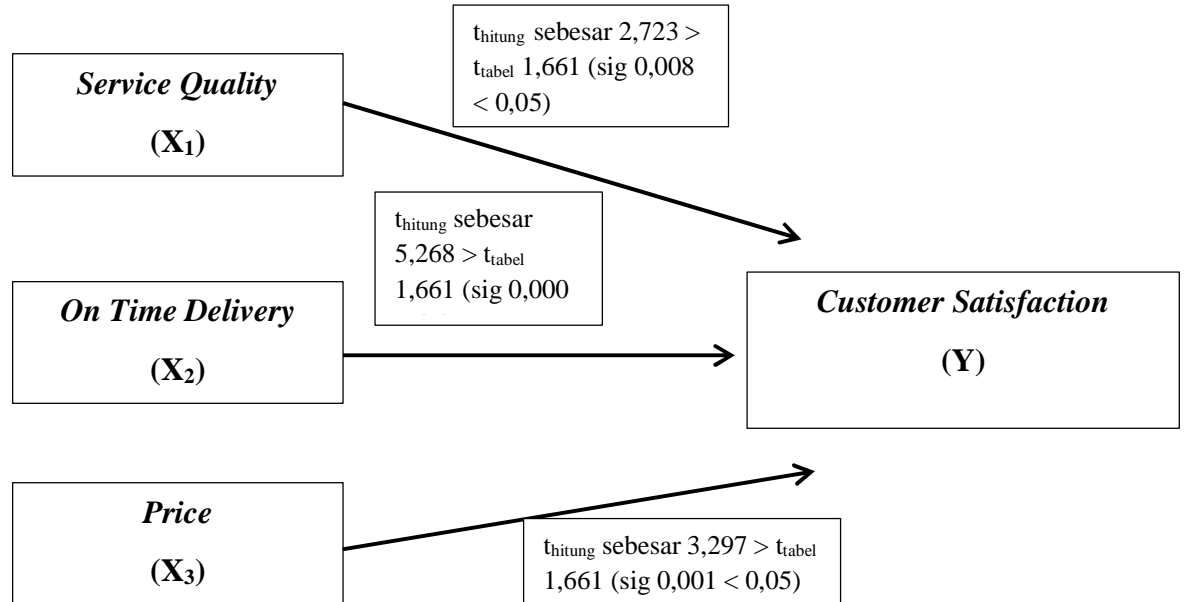
Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Hasil untuk *service quality* diperoleh t_{hitung} sebesar 2,723 > t_{tabel} 1,661 skor signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$ Maknanya ada dampak yang signifikan *service quality* pada *customer satisfaction*. Untuk *on time delivery* diperoleh t_{hitung} sebesar 5,268 > t_{tabel} 1,661 skor signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ Maknanya ada dampak yang signifikan *on time delivery* terhadap *customer satisfaction*. Untuk *price* diperoleh t_{hitung} sebesar 3,297



$> t_{\text{tabel}} 1,661$ skor signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ Maknanya ada dampak yang signifikan *price* terhadap *customer satisfaction*.

Pembahasan



Gambar 1: Hasil Kerangka Berfikir

Sumber: Data diolah, 2023

Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Satisfaction*

Pengujian bahwa dampak *service quality* pada *customer satisfaction* pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo adalah signifikan. Dampak *service quality* pada *customer satisfaction* menunjukkan hasil nilai $t_{\text{hitung}} 2,723 > t_{\text{tabel}} 1,661$ (sig 0,008 $< 0,05$) maka H_a diterima dan H_o ditolak. Atribut *service quality* terdapat dampak signifikan terhadap *customer satisfaction*. Penelitian terbukti dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mawarni & Adi, 2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh *On Time Delivery* Terhadap *Customer Satisfaction*

Dari pengujian menunjukkan dampak *on time delivery* terhadap *customer satisfaction* pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo adalah signifikan. Pengaruh *on time delivery* terhadap *customer satisfaction* menunjukkan hasil t_{hitung} sebesar 5,268 $> t_{\text{tabel}} 1,661$ (sig 0,000 $< 0,05$) maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya variabel *on time delivery* terdapat dampak signifikan pada *customer satisfaction*. Penelitian terbukti dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Eviani & Hidayat, 2021) yang menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



Pengaruh *Price* Terhadap *Customer Satisfaction*

Menunjukkan bahwa dampak *price* tpada *customer satisfaction* pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kota Probolinggo adalah signifikan. Pengaruh *price* terhadap *customer satisfaction* menunjukkan hasil nilai t_{hitung} sebesar $3,297 > t_{tabel}$ 1,661 (sig 0,001 < 0,05) maka H_a diterima dan H_o ditolak. variabel *price* (X_3) ada dampak signifikan pada *customer satisfaction* (Y). Penelitian ini juga terbukti dan sejalan dengan penelitian oleh (Solikha & Suprpta, 2020) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *service quality* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* (Y). *On time delivery* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* (Y). *Price* (X_3) berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* (Y). Sehingga terbukti bahwa hipotesis ketiga (H_a) dapat diterima. Bagi peneliti selanjutnya judul penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan objek atau perusahaan jasa pengiriman barang yang lain atau juga menambah suatu variabel independen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, et al. (2017). *ANALISIS PENGARUH FAKTOR KETEPATAN WAKTU PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. 17(September), 49–61.
- Arief, M. (2020). *Pemasaran Jasa & Kualitas Jasa* (S. Wahyudi & Y. Setyorini (eds.); Pertama). Bayumedia Publishing.
- Dewantoro, D., Aryani, L., & Marzuki, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne. *Journal Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 278–293.
- Elmas, M. S. H., Priantono, S., Hermawan, D. J., & Junaidi. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 51–60.
- 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. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>
- Fatihudin, D. & A. F. (2019). *Pemasaran Jasa* (Pertama). Budi Utama.
- Hafizha, S., Abdurrahman, & Sri Nuryani, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.266>
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Haris, A. (2016). *MANAJEMEN PEMASARAN* (S. Wahyudi (ed.); Pertama). Surya Pena



Gemilang.

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Pertama). Unitomo Press.
- Jaya Sakti, B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu pengiriman dan fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- 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. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/556>
- Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada PT. GO-JEK). *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 67–81. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.91>
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (Cetakan ke). Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. PT. Pustaka Baru.