

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas *Tracking* Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Express Cabang Krakatau Medan

Influence of Service Quality, Delivery Timeliness and Tracking System Facilities on JNE Customer Satisfaction Express Krakatau Medan Branch

Immanuel Yusuf & Alfito

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas tracking sistem terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini, diharapkan dapat diketahui bagaimana masing-masing variabel tersebut memengaruhi kepuasan pelanggan dan sejauh mana perbaikan pada variabel-variabel tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yang diukur dengan menggunakan program SPSS 26. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah sebanyak 100 pelanggan JNE Cabang Krakatau di Kota Medan dengan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji statistik, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan, (2) ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan, (3) fasilitas tracking sistem terhadap kepuasan pelanggan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Ketepatan Waktu Pengiriman; Fasilitas *Tracking* Sistem; Jasa Kirim; Kepuasan Pelanggan

Abstract

Abstract This research aims to examine the influence of service quality, timeliness of delivery, and system tracking facilities on customer satisfaction. This research, it is hoped that we can find out how each of these variables influences customer satisfaction and the extent to which improvements in these variables can increase customer satisfaction. This research is descriptive research with a quantitative approach, which is measured using SPSS 26 program. Data collection is through distributing questionnaires. The population of this research was 100 customers of JNE Krakatau Branch in Medan City with samples using the purposive sampling method. Data analysis techniques are carried out using instrument tests, classical assumption tests, statistical tests, and hypothesis tests. Based on the research results, it shows that (1) service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction at JNE Krakatau Medan Branch, (2) timeliness of delivery has a positive and significant influence on customer satisfaction at JNE Krakatau Medan Branch, (3) system tracking facilities do not affect customer satisfaction. has an effect and is not significant on customer satisfaction at JNE Krakatau Medan Branch.

Keywords: Customer Quality; Timeliness of Delivery; Tracking Facilities Systems; Delivery Services; Customer Satisfaction

How to Cite: Yusuf, I., & Alfito. (2024) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Express Cabang Krakatau Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 5(2): 233-243

*E-mail: yusuifimanuel36@gmail.com

ISSN: 2774-3004 (Online)

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan laju pertumbuhan penduduk yang semakin bertambah pesat, mendorong semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi. Hal ini menimbulkan adanya persaingan antar perusahaan yang semakin tajam terutama dalam usaha mereka memasarkan produk-produknya baik berupa barang maupun jasa kepada konsumen. Pada dasarnya *digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan akses internet dan memanfaatkan media berupa *website, social media, e-mail, database, mobile/wireless* dan tv digital guna meningkatkan target konsumen serta dapat mengetahui profil, perilaku, nilai produk, dan loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran (Hamdani & Swastika, 2021).

Dalam memanfaatkan kemajuan teknologi guna menunjang keunggulan, suatu perusahaan harus mengedepankan kebijakan baru yang terfokus pada metode pemasaran *online* dengan perantara *e-commerce*. *E-commerce* merupakan suatu kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service providers* dan pedagang dengan menggunakan jaringan internet (Barkatullah, 2019). Penerapan metode pemasaran online melalui *e-commerce* tidak hanya memungkinkan perusahaan untuk mencapai pasar yang lebih luas, tetapi juga memberikan sejumlah manfaat yang dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional. Sehingga hal ini menimbulkan kegemaran untuk selalu berbelanja online.

Menurut (Sakti dan Mahfudz, 2018), kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan. Di Indonesia saat ini memiliki banyak perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang, baik BUMN maupun swasta dan ada juga yang berskala internasional. Dengan adanya keberagaman tersebut, pelanggan bisa bebas memilih jasa pengiriman barang yang dianggap memiliki kualitas pelayanan yang baik dan dapat dipercaya.

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Layanan Jasa Kurir di Indonesia pada Tahun 2021-2023

MEREK	2021		2022		2023	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
J&T	33,4%	TOP	23,1%	TOP	33,3%	TOP
JNE	28,0%	TOP	39,3%	TOP	29,1%	TOP
TIKI	11,2%	TOP	11,1%	TOP	10,6%	TOP
POS INDONESIA	8,5%	-	8,5%	-	7,3%	-
DHL	6,0%	-	6,9%	-	7,2%	-

Sumber: Top Brand Index Layanan Jasa

Top Brand Index (TBI) adalah suatu penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik berdasarkan riset terhadap konsumen di Indonesia. *Top Brand Index* ini merupakan parameter untuk mengukur kesuksesan sebuah merek di pasaran. Merek yang memperoleh TBI harus mencapai minimal 10% dan menurut hasil survey merek yang berada di tiga teratas akan menyandang predikat merek *Top Brand Award* (TOP). Pada tabel 1.1 menunjukkan terdapat 3 perusahaan yang menjadi *Top Brand* dalam kategori layanan jasa kurir dari tahun 2021-2023 yaitu J&T, JNE dan TIKI. Pada tahun 2022 JNE mejadi peringkat teratas, namun tahun 2021 & 2023 J&T yang paling unggul dari pada pesaing lainnya.

Semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis, perusahaan di dorong untuk mempertimbangkan atau merumuskan strategi yang tepat dalam memenangkan persaingan. Strategi yang dibutuhkan perusahaan logistik untuk menopang peluang dari maraknya bisnis online di Indonesia saat ini adalah dengan memfokuskan pada sistem kualitas pelayanan atas logistik (*Logistics Service Quality*). Salah satunya yaitu harus memperhatikan sistem informasi manajemen pada layanan jasanya guna memudahkan para pelanggan mengakses informasi yang dibutuhkan kapanpun dan dimanapun, portal akses yang tersedia selama 24 jam akan lebih fleksibel. Layanan elektronik merupakan pelayanan yang diberikan secara lebih luas menggunakan media internet yang menghubungkan antara penjual dan pembeli dalam proses kegiatan berbelanja *online* secara efektif dan efisien (Chesanti & Setyorini, 2018).

Tidak hanya berbicara tentang pelayanan yang diterapkan, perusahaan logistik juga harus memperhatikan ketepatan waktu pengiriman barang, waktu pengiriman yaitu jangka waktu saat pelanggan melakukan pemesanan barang sampai barang tersebut diterima oleh pelanggan itu sendiri (Dewantoro *et al*, 2020). Hal tersebut merupakan poin penting, sebab perusahaan yang memberikan ketepatan waktu pengiriman menjadikan kepuasan pelanggan semakin meningkat saat menggunakan layanan jasa tersebut. Menurut (Sari *et al*, 2020) terdapat beberapa masalah yang sering terjadi saat proses pengiriman barang, diantaranya keterlambatan nomor resi pengiriman, kesulitan melacak nomor resi karena tidak akurat, kesalahan pengiriman, status pengiriman *reschedule*, kelamaan tidak diantar oleh kurir dan paket yang diterima diluar jangka waktu estimasi. Untuk hal-hal seperti ini diperlukan tindak lanjut dari pihak manajemen agar meminimalisir masalah terulang kembali, karena perusahaan logistik bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang yang harus mengedepankan kepercayaan.

Apabila rasa kepercayaan pelanggan melemah, besar kemungkinan mereka akan beralih ke jasa logistik lainnya. PT. Tiki Jalur Nugraha Eka Kurir atau yang biasa dikenal dengan JNE *Express* adalah salah satu perusahaan logistik yang cukup populer di Indonesia, hal ini ditunjukkan dengan penghargaan yang didapatkan, seperti *WOW Brand 2021 Category Courier Service* dan *The Best Brand* dari *Corporate Image Award 2021* kategori Kurir Indonesia (dikutip dari www.jne.co.id/id/perusahaan/penghargaan).

Namun secara fakta, penyedia jasa pengiriman barang pada PT JNE di Cabang Krakatau Medan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan masih belum dapat dipenuhi dengan baik oleh penyedia jasa.

Tabel 1.2 Data Pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan Tahun 2024

Bulan	Jumlah Pelanggan
Juli	2550
Agustus	2477
September	2513
Oktober	2598
November	2515
Desember	2518
Januari	2289
Total	17.460

Sumber : Data Pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan Tahun 2024

Sebagai contoh, tabel 1.2 menunjukkan adanya penurunan jumlah pembeli dalam setiap bulannya dan pada beberapa masih ditemukan keluhan-keluhan yang diberikan konsumen atas kurangnya kepedulian karyawan penyedia jasa dalam menanggapi permintaan konsumen, keterlambatan penyedia jasa dalam menanggapi permintaan konsumen, keterlambatan penyampaian barang, kerusakan barang, sehingga dapat berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Sebagaimana berita yang pernah diterbitkan oleh (*Kompas.com*, 2020) mengatakan bahwa kebanyakan masyarakat mengeluhkan tentang layanan transaksi pengiriman JNE yang dinilai cukup lambat, tidak sedikit dari mereka mengeluhkan barang-barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan jadwal pengiriman yang seharusnya. Menanggapi berita tersebut, peneliti melakukan pra-survei di lapangan mengenai pengaruh sistem pelacakan *online* dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa kirim JNE *Express* di kota Medan.

Kepuasan Pelanggan adalah kondisi afektif yang timbul ketika pelanggan merasa bahwa produk, layanan, atau pengalaman yang mereka terima memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka. Ini mencerminkan tingkat kegembiraan dan puas hati pelanggan, serta dapat mempengaruhi kesetiaan dan retensi pelanggan. Kepuasan sendiri berarti terpenuhinya harapan dan kinerja yang dirasakan oleh satu hal. Menurut (Yulianto, 2018) mendeskripsikan kepuasan sebagai perasaan baik yang dimiliki seseorang ketika mencapai suatu target yang diinginkan benar-benar terjadi. Indikator untuk mengukur

kepuasaan pelanggan, menurut (Indrasari, 2019) adalah: kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan.

Menurut (Mutiawati et al., 2019), menyatakan kualitas pelayanan merupakan kemampuan pemberi pelayanan dalam melayani pengguna barang atau jasa. Ini mencerminkan keseluruhan pengalaman pelanggan, melibatkan berbagai elemen seperti keakuratan, keandalan, daya tanggap, keramahan, dan kemampuan penyelesaian masalah. Menurut Parasuraman dalam (Tjiptono dan Chandra, 2016) terdapat 5 indikator penentu dalam kualitas pelayanan sebagai berikut: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangible*).

Menurut (Aminah et al., 2017) memaparkan suatu ketepatan waktu pengiriman adalah kemampuan *supplier* untuk mengirimkan paket tepat waktu kepada penerimanya dengan lot pengiriman yang kecil. menyimpulkan bahwa ketepatan waktu dalam pengiriman merupakan hal penting bagi perusahaan logistik, mengingat paket yang dikirimkan tepat waktu kepada pelanggan akan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan tersebut. Menurut (Hafizha et al., 2019), ketepatan waktu pengiriman dapat diukur dengan 4 indikator, diantaranya sebagai berikut: estimasi waktu yang telah dijanjikan oleh pihak jasa kirim, kesesuaian harga, ketepatan dalam waktu pengiriman barang, tanggung jawab jika terjadi kesalahan dalam pengiriman barang, misalnya, terlambat, hilang atau rusak.

Fasilitas merupakan akses yang diberikan dari perusahaan kepada konsumen guna menciptakan suatu kemudahan yang bertujuan memanjakan konsumen, dengan harapan akan tercapai kepuasan konsumen. Andari dalam jurnal (Sakti dan Mahfudz, 2018) mendefinisikan fasilitas sebagai suatu bentuk kebendaan guna menambah nilai fungsi suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut (Saha & Zhao, 2005) indikator fasilitas adalah sebagai berikut: *efficiency* (efisiensi), *fullfillment* (pemenuhan), *privacy* (privasi)

Penelitian yang dijadikan referensi diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Hafizh et al (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Studi Kasus pada Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar). Penelitian Dewantoro et al (2020) Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas *Tracking* Sistem terhadap kepuasan pelanggan JNE. Eviani & Hidayat (2021) Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T *Express* Kota Baru Bekasi).

Adapun alasan peneliti melakukan penelitian ini yaitu ingin menguji kembali pengaruh masing - masing variabel independen terhadap variabel dependen dikareakan terdapat perbedaan antara teori dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewantoro et al (2020), disebabkan terdapat satu variabel yaitu Fasilitas berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas tracking sistem terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa kirim JNE Express Cabang Krakatau di kota Medan. Dengan penelitian ini, diharapkan dapat diketahui bagaimana masing-masing variabel tersebut memengaruhi kepuasan pelanggan dan sejauh mana perbaikan pada variabel-variabel tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan secara kuantitatif, dimana akan menemukan besarnya pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terkait (dependen). Penelitian yang akan dilakukan berlokasi di JNE Cabang Krakatau Medan. Waktu yang diperlukan untuk mengumpulkan data dimulai pada bulan Februari 2024 - April 2024. Populasi dalam penelitian adalah sebanyak 100 dari pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan. Penelitian ini menggunakan sampel *probability sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Asumsi Klasik

I. Hasil Uji Normalitas

a. Uji Normalitas Kolmogrow-Smirnov

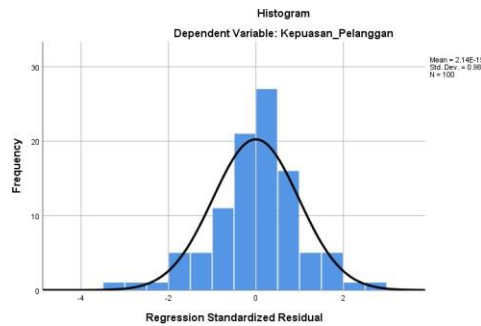
Tabel 4.1
Hasil Uji Normalitas Kolmogrow-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.69928548
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.075
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.116 ^c

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov* pada tabel di atas diketahui bahwa nilai *Unstandardized Residual* memiliki nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* sebesar 0,116 yang artinya dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara normal karena $sig > 0,05$.

b. Diagram Histogram

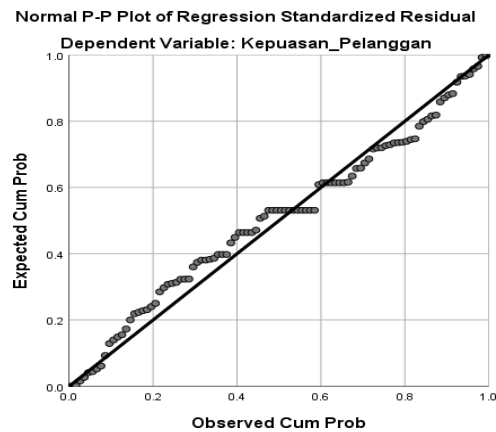


Gambar 4.1 Grafik Histogram

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2024

Berdasarkan hasil uji grafik histogram pada gambar 4,1 diketahui bahwa data dinyatakan normal, hal tersebut dapat dikatakan normal karena memiliki keseimbangan ke kanan dan ke kiri dimana regression standardized residual membentuk gambar seperti lonceng dapat dilihat pada gambar 4.1 diatas.

c. Grafik Normality Probability Plot



Gambar 4.5 Grafik Normality Probability Plot

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2024

Berdasarkan hasil uji grafik Gambar 4.2 grafik normality probability plot diketahui bahwa data dinyatakan normal, hal tersebut terlihat dari kurva normality probability plot yang memiliki pola distribusi yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient s		t	Sig	CollinearityStatistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)		1.328	1.896		.700	.485		
	Kualitas Pelayanan		.290	.085	.350	3.407	.001	.334	2.990
	Ketepatan Waktu Pengiriman		.356	.070	.469	5.080	.000	.414	2.416
	Fasilitas Tracking Sistem		.077	.096	.065	.806	.422	.538	1.859

a. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2024

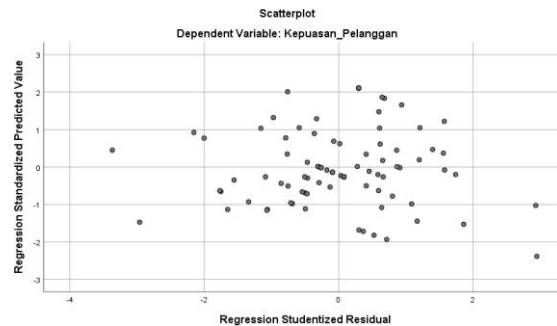
Berdasarkan pada tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ininitidak terjadi hubungan linear atau gejala multikolinearitas pada semua variabel bebas.

1. Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai tolerance sebesar 0,334 lebih besardari 0.01 dari nilai VIF sebesar 2,990 lebih kecil dari 10
2. Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) memiliki nilai tolerance sebesar 0,414lebih besar dari 0.01 dari nilai VIF sebesar 2,416 lebih kecil dari 10
3. Fasilitas *Tracking* Sistem (X3) memiliki tolerance sebesar 0,538 lebih besardari 0,01

dari nilai VIF sebesar 1,859 lebih kecil dari 10

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dibawah ini adalah hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Scatterplot sebagai berikut:



Gambar 4.3 Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2024

Berdasarkan gambar 4.3 di atas dapat dilihat bahwa grafik dimana titik-titik (data) menyebar rata pada angka 0 sumbu Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan tidak ada terjadi heteroskedastisitas.

HASIL UJI REGRESI BERGANDA

Tabel 4.12 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.328	1.896		.700	.485
	Kualitas Pelayanan	.290	.085	.350	3.407	.001
	Ketepatan Waktu Pengiriman	.356	.070	.469	5.080	.000
	fas_Tracking Sistem	.077	.096	.065	.806	.422

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2024

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) diperoleh sebesar 1,328, menunjukkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan (X1), ketepatan waktu pengiriman (X2), dapat berpengaruh secara positif fasilitas *tracking* sistem (X3).
2. Pada koefisien X1(b1), diperoleh nilai sebesar 0,290, hal itu menunjukkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
3. Pada koefisien X2(b2), diperoleh nilai sebesar 0,356, hal itu menunjukkan bahwa variabel independen ketepatan waktu pengiriman (X2) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
4. Pada koefisien X3(b3), diperoleh nilai sebesar 0,077, hal itu menunjukkan bahwa variabel independen fasilitas *tracking* sistem (X3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

HASIL UJI HIPOTESIS

1. Hasil Uji t (Parsial)

Tabel 4.13 Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.328	1.896		.700	.485
	Kualitas Pelayanan	.290	.085	.350	3.407	.001
	Ketepatan Waktu Pengiriman	.356	.070	.469	5.080	.000
	Fasilitas Tracking Sistem	.077	.096	.065	.806	.422

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2024

Bedasarkan hasil uji parsial (uji t) yang dipaparkan diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel independen kualitas pelayanan (X1)

Pada pengujian kualitas pelayanan (X1) didapati nilai dari t_{hitung} yaitu 3,407, sehingga dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,984. Dan nilai p-value pada kolom sig yaitu $0,001 < 0,05$ yang berarti berpengaruh secara signifikan. Maka demikian dapat dinyatakan bahwa H_1 diterima, sehingga dapat diartikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE.

2. Variabel independen ketepatan waktu pengiriman (X2)

Pada pengujian ketepatan waktu pengiriman (X2) didapati nilai dari t_{hitung} yaitu 5,080, sehingga dapat diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,984. Dan nilai p-value pada kolom sig yaitu $0,000 < 0,05$ yang berarti berpengaruh secara signifikan. Maka demikian dapat dinyatakan bahwa H_2 diterima, sehingga dapat diartikan bahwa persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE.

3. Variabel indepen fasilitas tracking sistem (X3)

Pada pengujian fasilitas tracking sistem (X3) didapati nilai dari yaitu 0,806, sehingga dapat diketahui bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ 1,984. Dan nilai p-value pada kolom sig yaitu $0,422 > 0,05$ yang berarti tidak berpengaruh secara signifikan. Maka demikian dapat dinyatakan bahwa H_3 ditolak, sehingga dapat diartikan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Hasil Uji F (Simultan)

Tabel 4.14 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	559.120	3	186.373	62.587	.000 ^b
	Residual	285.870	96	2.978		
	Total	844.990	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2024

Pengujian diatas didapati bahwa nilai F_{hitung} $62,587 > F_{tabel}$ 2,70 dan sig. Sebesar $0,000 < 0,05$, sesuai dengan teori yang ada hal tersebut menunjukkan bahwa H_4 diterima, sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, fasilitas tracking sistem secara positif dan signifikan terhadapkepuasan pelanggan pada JNE cabang krakatau Medan.

3. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Tabel 4.15 Uji koefisien determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 ^a	.662	.651	1.726
a. Predictors: (Constant), Fasilitas_Tracking_Sistem, Ketepatan_Waktu_Pengiriman, Kualitas_Pelayanan				

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2024

Berdasarkan perhitungan uji koefisien determinasi (R^2) di atas, terlihat bahwa nilai Adjusted R Square yang diperoleh yaitu sebesar 0,651 (65,1%). Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai dari variabel dependen Y (minat konsumen) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen X1 (Kualitas Pelayanan), variabel X2 (Ketepatan Waktu Pengiriman), dan X3 (Fasilitas *Tracking* Sistem) adalah sebesar 65,1,3%. Sisanya 34,9% yang akan terpengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini.

Hasil Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Bedasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan H_1 yaitu kualitas pelayanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE dapat diterima t_{hitung} yaitu 3,407, yang berarti nilai $t_{hitung} 3,407 > t_{tabel} 1,984$. Dan nilai *p-value* pada kolom sig yaitu $0,001 < 0,05$ yaitu berpengaruh secara signifikan. Hal tersebut menjelaskan bahwa variabel independen kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) JNE Cabang Krakatau Medan. Pengaruh kualitas pelayanan yang tinggi berdampak positif bagi kepuasan pelanggan JNE. Ketika pelanggan merasakan bahwa layanan yang diberikan oleh JNE konsisten, andal, dan responsif terhadap kebutuhan mereka, mereka cenderung merasa lebih puas dengan pengalaman mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Bayu Anggara, 2019) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut (Budianto, 2015) bahwa untuk dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik maka perlu dibina hubungan yang erat antar perusahaan, dalam hal ini adalah karyawan dengan pemakai jasa tersebut. Dengan demikian maka kualitas pelayanan merupakan faktor untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan dan menjadi kunci sukses bagi suatu perusahaan.

Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan

Bedasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan H_2 yaitu kualitas pelayanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE dapat diterima t_{hitung} yaitu 5,080, yang berarti nilai $t_{hitung} 3,407 > t_{tabel} 1,984$. Dan nilai *p-value* pada kolom sig yaitu $0,000 < 0,05$ yaitu berpengaruh secara signifikan. Hal tersebut menjelaskan bahwa variabel independen ketepatan waktu pengiriman (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) JNE Cabang Krakatau Medan. Ketepatan waktu pengiriman memiliki dampak yang positif bagi kepuasan pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan. Dari hasil pemaparan kuesioner 4.6 pada pernyataan ketepatan waktu pengiriman (X2) dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa responden mendominasi menjawab sangat setuju dan setuju. Saat pelanggan menerima barang mereka tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan, hal ini menciptakan rasa percaya dan kepuasan.

Pengaruh Fasilitas *Tracking* Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan

Bedasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan H_3 yaitu fasilitas *tracking* sistem yang tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE dapat diterima t_{hitung} yaitu 0,806, yang berarti nilai t_{hitung} $0,806 < t_{tabel}$ 1,984. Dan nilai *p-value* pada kolom sig yaitu $0,422 > 0,05$ yaitu tidak berpengaruh signifikan. Hal tersebut menjelaskan bahwa variabel independen fasilitas *tracking* sistem (X3) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) JNE Cabang Krakatau Medan. menyatakan bahwa tidak berpengaruh signifikan dikarenakan bahwa beberapa pelanggan mungkin tidak terlalu memperhatikan atau mengandalkan fitur pelacakan tersebut dalam pengalaman mereka menggunakan layanan pengiriman.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Fasilitas *Tracking* Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan

Bedasarkan penelitian yang telah dilakukan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan bersama-sama (Simultan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Didapati bahwa nilai F_{hitung} $62,587 > F_{tabel}$ 2,70 dan Sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Kualitas pelayanan yang tinggi, ketepatan waktu pengiriman yang baik, dan fasilitas tracking sistem yang efektif memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE. Layanan yang responsif, pengiriman tepat waktu, dan kemampuan untuk melacak pengiriman barang secara real-time membantu menciptakan rasa kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Setelah menganalisis hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara fasilitas tracking sistem tidak memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan tersebut. Secara keseluruhan, melalui uji simultan dan regresi linear berganda, ditemukan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas tracking sistem secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JNE Cabang Krakatau Medan. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R^2), diketahui bahwa variabel-variabel tersebut mampu menjelaskan 65,1% variasi dalam kepuasan pelanggan, sementara 34,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Salim. (2012). HA Manajemen Transportasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Barkatullah, A. H. (2019). Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: sebagaipedoman dalam menghadapi era digital Bisnis *e-commerce* di Indonesia Nusamedia.
- Abidin, Hasanuddin Z. (2007). "Penentuan Posisi Dengan Menggunakan GPS dan Aplikasinya PT Pradyan Paramita", Bandung.
- Aminah, A., Rafani, Y., & Hariyani, H. (2017). Analisis Pengaruh Faktor ketepatan Waktu Pengiriman Barang dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Jalur Nugraha Ekarkurir (JNE) Pangkalpinang). *Jurnal Progresif Manajemen [Internet]*, 17(2), 49-61.
- B. Baya Sakti, and M. Mahfudz, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J&T Express Kota Semarang)," *Diponegoro journal of management*, vol. 7, no. 4, pp. 137-144, jun. 2018.
- Berliana, P. N., Suharyati, S., & Handayani, T. (2020, November). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada JNE Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan). In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 440-456).
- Chesanti, P. C., & Setyorini, R. (2018). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan sebagai Pengguna Aplikasi PLN Mobile. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18(1), 10-17.

- Dewantoro, D. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN FASILITAS TRACKING SISTEM TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE. *Volume 1, 2020 | Hal. 278 - 293, 1, 278-293.*
- Dikaprio Dewantoro, L. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE. *PROSIDING BIEMA, 1, 278-293.*
- Mutiawati, C, et al., (2019). Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya. *Deepublish. Yogyakarta: CV. BUDI UTAMA.*