

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA J&T EXPRESS KOTA BIMA

Artati¹, Sri Ernawati²

¹⁻²Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi BIMA

Email Koresponden: artatii626@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Kota Bima, metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 96 sampel. Sedangkan teknik pengujian kualitas instrumen penelitian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Sedangkan untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t (parsial) dan uji f (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bebas atau kualitas pelayanan, ketepatan waktu berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Kota Bima. Sedangkan secara parsial uji t kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, ketepatan waktu berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and timeliness on customer satisfaction at J&T Express Bima city, the research method used is a survey method using a questionnaire distributed to 96 samples. While the quality testing techniques of research instruments include validity and reliability tests. Classical assumption test techniques use the normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test. As for testing the hypothesis using multiple linear regression analysis, t test (partial) and f test (simultaneous). The results showed that the variable service quality, the results of the study showed that the independent variable or service quality, timeliness had a simultaneous effect on customer satisfaction at J&T Express Bima city. While partially the t-test of service quality has an effect on customer satisfaction, punctuality has a partial effect on customer satisfaction.

Keywords: *Quality of Service, Timeliness of Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bisnis di Tanah Air begitu meningkat sangat pesat seiring dengan perkembangan teknologi dan jaman yang semakin canggih dan modern. Begitu pula dengan Jasa Pengiriman barang di Tanah Air sekarang banyak bermunculan, awalnya hanya menggunakan Jasa mengirim dengan POS sekarang menggunakan berbagai macam jasa pengiriman barang seperti J&T, JNE, SICEPAT, NINJA, dan lain-lain. Sehingga membuat konsumen memiliki banyak pilihan untuk melakukan pengiriman barang.

Dan membuat penyedia Jasa pengiriman berlomba-lomba membuat pelayanan yang baik dan prima terhadap pelanggannya agar konsumen selalu menjadi pelanggan tetapnya. Berkembangnya dunia bisnis terutama usaha bisnis *Online-shop* memicu meningkatnya pertumbuhan Jasa pengiriman barang dan banyak bermunculan Perusahaan-perusahaan penyedia jasa kirim barang.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan para pelanggan yang muncul ketika membandingkan suatu produk dihubungkan dengan harapan pelanggan atas produk yang ada, perasaan itu berupa kesenangan atau kekecewaan. Pelanggan akan merasa tidak puas apabila penampilan produk yang diharapkan tidak sesuai kenyataan. Apabila penampilan produk

tersebut lebih baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas. Bahwasannya kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan itu sebagai respon para pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang telah dirasakan oleh garapan sebelumnya setelah menggunakan produk jasa Soegoto (2013).

Menurut Lewis & Boom sebagaimana dikutip Ida Manulang (2008), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Sedangkan menurut Tjiptono (2001), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Ketepatan waktu adalah hal yang sangat diutamakan bagi perusahaan karena akan menyangkut citra perusahaan, ketepatan waktu yang sesuai dalam pengiriman barang merupakan pendekatan strategi pemasaran perusahaan. Ketepatan waktu yang berkualitas, apabila ketepatan waktu yang diberikan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna jasa tersebut, sebaliknya jika ketepatan waktu yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh para pelanggan maka ketepatan waktu itu merupakan pelayanan yang kurang berkualitas.

Keberadaan penyedia jasa pengiriman mempunyai peran yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja dengan arus pengiriman barang dari suatu wilayah ke wilayah yang lainnya. Peran utama jasa pengiriman adalah sarana transportasi barang dari asal pengirim ke suatu tujuan yang diinginkan oleh pelanggan.

Ketepatan Waktu adalah Ketidakpastian waktu sampai pengiriman barang dengan waktu yang dijanjikan layanan dan kurangnya informasi mengenai lokasi keberadaan terkini dari pengiriman barang menjadikan konsumen sulit mengetahui status dari layanan pengiriman yang telah dibayarkan (Eviani & Hidayat 2012).

Menurut Haryanti (2012) menambahkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan sangat bergantung pada mutu suatu produk yang ada. Banyaknya keanekaragaman keinginan para pelanggan yang berbeda-beda mengakibatkan kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit untuk dicapai, hal ini memerlukan pendekatan supaya mendapatkan solusi yang secara optimal.

Ketidakpastian waktu pengiriman barang dengan waktu yang dijanjikan oleh layanan dan minimnya informasi terkait keterlambatan kedatangan barang membuat konsumen akan beralih menggunakan jasa pengiriman barang yang lain. Hal ini harus diwaspadai oleh penyedia jasa agar melakukan pelayanan yang lebih baik agar pelanggan tidak berpaling ke penyedia jasa pengiriman yang lain.

Hal inilah yang memicu rasa kurang puas dari konsumen karena keterlambatan pengiriman barang. Namun akhir-akhir ini J&T menyediakan layanan pelacak online bagi pengguna J&T, layanan pelacak ini digunakan untuk melakukan pengecekan barang apakah sudah tiba atau tidak ditempatnya. Hal ini memudahkan pelanggan melakukan pengecekan barang yang dikirim atau dipesannya, tanpa harus pergi ke Kantor J&T lagi untuk menanyakan keberadaan barang. Dari hasil observasi yang dilakukan terdapat masalah diantaranya:

1. Kepuasan Pelanggan

- a. Tidak kepuasan Pelanggan: Seorang Pelanggan pernah memesan barang dengan harga 10.000 dimana laporan sudah diterima oleh pelanggan tapi tidak pernah menerima barang sampai sekarang.
- b. Kepuasan Pelanggan: Petugas memberikan pelayanan dan penjelasan yang jelas terkait paket yang diterima.

2. Kualitas pelayanan

- a. Tidak Kualitas pelayanan: Kemampuan karyawan kurang cepat dan lambat dalam tanggap menyelesaikan keluhan pelanggan
- b. Kepuasan Kualitas Pelayanan: Memberikan pelayanan dan kesungguhan hati dalam melayani keluhan kesan pelanggan.

3. Ketepatan waktu

- a. Tidak puas dalam ketepatan Waktu: Paket yang di terima tidak tepat waktu dengan tanggal yang di cantumkan seperti selang tiga hari
- b. Kepuasan dalam ketepatan waktu: Kurir J&T mau mengirimkan barang walaupun di luar jam kerja

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan pada konsumen menggunakan J&T Express kota bima dan dari masalah-masalah yang dipaparkan diatas maka tertarik mengangkat judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA J&T EXPRESS KOTA BIMA.”**

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas maka Rumusan Masalah dalam Penelitian Ini Adalah Sebagai Berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan pada J&T Express Kota Bima?
2. Apakah Ketepatan Waktu Berpengaruh Terhadap Kepuasan pelanggan pada J&T Express Kota Bima?
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan pada J&T Express Kota Bima?

Manfaat penelitian

1. Adanya beberapa konsumen merasa pelayanan kurang baik seperti karyawan jarang senyum ketikan berhadapan dengan konsumen.
2. Ketidakpastian waktu pengiriman barang dengan waktu yang dijanjikan.
3. Minimnya informasi terkait keterlambatan kedatangan barang membuat konsumen akan beralih menggunakan jasa pengiriman barang yang lain.

Kualitas Pelayanan (X1)

Pada dasarnya, setiap orang yang menggunakan layanan cenderung mengharapkan adanya suatu pelayanan yang baik dalam arti berkualitas tinggi. Sebagaimana dijelaskan oleh Tjiptono (2009), tingkat kualitas jasa (layanan) merupakan aspek krusial dalam penawaran jasa total. Kualitas merupakan salah satu faktor penting yang digunakan konsumen untuk mengevaluasi jasa suatu organisasi.

(Prihandoyo, 2019) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Tjiptono (2014:268) dalam Freekley (2018) merumuskan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut: Definisi kualitas pelayanan dipusatkan pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi ekspektasi pelanggan.

- a) *Reability* (keandalan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan ekspektasi pelanggan, kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akurasi tinggi.
- b) *Responsiveness* (ketanggapan), adalah suatu kemauan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada konsumen untuk membantu menyampaikan informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa kejelasan, menyebabkan persepsi negative pada kualitas jasa.
- c) *Assurance* (jaminan dan keyakinan) adalah pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan. Terdiri atas: komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, sopan santun.
- d) *Emphaty* (perhatian/kesungguhan) adalah memberikan perhatian yang tulus, bersifat individual atau pribadi kepada konsumen dengan berusaha memahami apa yang diinginkan

konsumen, memahami apa yang dibutuhkan konsumen, dimana diharapkan suatu perusahaan memiliki pengertian yang diinginkan konsumen, memahami apa yang dibutuhkan konsumen secara spesifik agar konsumen nyaman dengan barang/jasa yang digunakan.

- e) *Tangibles* (bukti fisik/berwujud), adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan fisik perusahaan, lingkungan sekitar, serta sarana dan prasarana perusahaan merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, ini meliputi fasilitas fisik (gudang, gedung, dan fasilitas fisik lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang digunakan) serta penampilan pegawai perusahaan.

Ketepatan Waktu (X2)

Menurut Handoko, (2010) ketepatan waktu merupakan jangka waktu konsumen memesan produk hingga produk tersebut tiba di tangan konsumen. (Mahfudz 2018) Ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang sangat krusional mengingat ketepatan pengiriman produk yang telah dipesan akan menjadi salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Waktu pengiriman merupakan jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para konsumen untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak (Hafizha, Abdurrahman, & Nuryani, 2019). Dimensi ketepatan waktu atau indikator ketetapan waktu.

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

Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Kotler & Keller, (2013) kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka konsumennya akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi maka konsumen akan merasa puas diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. (Mahfudz 2018) Kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi suatu pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya melampaui harapan pelanggan. Menurut Kotler (2009:177) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil), produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

- a. Kualitas Produk adalah pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas Pelayanan adalah pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosional adalah kepuasan yang diperoleh berasal dari nilai sosial yang membuat pelanggan jadi puas terhadap merek tertentu.
- d. Harga adalah produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif, murah akan membelikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Kota Bima.

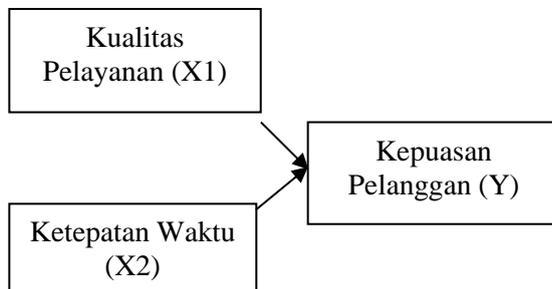
H2: Ketetapan waktu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Kota Bima.

H3: Kualitas Pelayanan dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Kota Bima.

Model analisis

Kerangka konseptual hipotesis diatas dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1. Model analisis



METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel Penelitian

Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. Sedangkan menurut Arikunto menjelaskan bahwa populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Pada penelitian ini penulis menggunakan populasi tidak terhingga, karena jumlah populasi tidak diketahui. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa J&T Exprees kota bima.

Menurut Sugiyono (2016:81) Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 96 orang.

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2}{\frac{e}{0,20}}$$

$$n = \frac{1,96^2}{0,20} = 96,04$$

n =96 Responden

Daftar Operasional

Adapun yang menjadi varibel- variabel dalam penelitian ini dapat didefinisikan secara opeasional sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut Tjiptono (2014 : 268) dalam Freekley (2018) merumuskan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut : Definisi kualitas pelayanan dipusatkan pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi ekspektasi pelanggan.

- Reability* (keandalan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. simpatik, dan akurasi tinggi.
- Responsiveness* (ketanggapan), adalah suatu kemauan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada konsumen untuk membantu menyampaikan informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa kejelasan, menyebabkan persepsi negative pada kualitas jasa.
- Assurance* (jaminan dan keyakinan) adalah pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.
- Emphaty* (perhatian/kesungguhan) adalah memberikan perhatian yang tulus, bersifat individual atau pribadi kepada konsumen dengan berusaha memahami apa yang diinginkan konsumen, memahami apa yang dibutuhkan konsumen, dimana diharapkan suatu perusahaan memiliki pengertian yang diinginkan konsumen, memahami apa yang dibutuhkan konsumen secara spesifik agar konsumen nyaman dengan barang/jasa yang digunakan.

- e. *Tangibles* (bukti fisik/berwujud), adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan fisik perusahaan.

2. Ketepatan Waktu (X2)

Waktu pengiriman merupakan jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para konsumen untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak (Hafizha, Abdurrahman, & Nuryani, 2019). Dimensi ketepatan waktu atau indikator ketetapan waktu.

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

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Kotler (2009:177) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil), produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan:

- a. Kualitas Produk adalah pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas Pelayanan adalah pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosional adalah kepuasan yang diperoleh berasal dari nilai sosial yang membuat pelanggan jadi puas terhadap merek tertentu.
- d. Harga adalah produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif, murah akan membelikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

Teknik analisis

Menurut Sugiyono (2019:206) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Adapun teknik analisis data yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ini adalah:

- a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016:177) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, Suatu variabel dikatakan valid jika memiliki nilai r hitung $> 0,300$. Pengujian validitas ini dihitung dengan menggunakan bantuan dari Program SPSS.

- b. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2013) Reliabilitas berhubungan dengan kepercayaan masyarakat. Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu daftar pertanyaan koisioner yang merupakan indikator dari variabel-variabel yang diteliti. Suatu variabel dikatakan reliabel (handal) jika memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,600$. Pengujian reliabilitas ini dihitung dengan menggunakan bantuan dari Program SPSS.

Pembuktian Hipotesis

Hasil Analisis Regresi

Dalam menganalisis model di gunakan analisis uji f, koefisien determinasi berganda R^2 , uji t test dan standardize coefficient beta, pengolahan data tersebut menggunakan bantuan program SPSS, diperoleh hasil yang teangkup dalam tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Regresi

Konstanta (Y)	11.35
Kualitas Pelayanan (X1)	0.149
Ketepatan Waktu (X2)	0.441

(R) 0,504 25,40%	(R ²)
---------------------	-------------------

Sumber : Hasil pengolahan program SPSS

Persamaan Regresi Linier Berganda.

$$Y = 11.357 + 0.149 X_1 + 0.441X_2$$

- Konstanta = a = 11.357 artinya jika Kualitas pelayanan dan Ketetapan Waktu konstan atau sama dengan nol maka Kepuasan konsumen J&T Kota Bima akan naik sebesar 11.357.
- Koefisien variabel b1 = 0.149 artinya jika Kualitas Pelayanan naik sebesar satu satuan dimana Ketetapan waktu konstan maka Kepuasan konsumen pada J&T Kota Bima akan naik sebesar 0.149.
- Koefisien variabel b2 = 0.441 artinya jika Ketetapan waktu naik sebesar satu satuan dimana Ketetapan waktu konstan maka Kepuasan Konsumen Pada J&T Kota Bima akan naik sebesar 0.441.

Dari Tabel diatas Nilai koefisien korelasi berganda yaitu sebesar 0,504. Artinya tingkat keeratan hubungan antara Kualitas pelayanan dan Ketetapan waktu terhadap kepuasan konsumen Sedang sebesar 0,504.

Dari tabel diatas, maka nilai koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 25,40 % sedangkan sisanya 74,60 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian

Pengujian Hipotesis Pertama (Uji F)

Uji F dipergunakan untuk mengukur tingkat signifikan pengaru antara variabel Kualitas Pelayanan dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan

Tabel 2. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1162.462	2	581.231	15.834	.000 ^b
	Residual	3413.778	93	36.707		
	Total	4576.240	95			

a. Dependent Variable: Y
 b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Hasil pengolahan program SPSS

Hasil statistic uji F untuk variabel Kualitas pelayanan dan Ketetapan waktu memperoleh nilai F hitung sebesar 15,834 dengan nilai F table 3,09 (15,834 > 3,09) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,00 < 0,05), maka hipotesis H3 yang menyatakan bahwa : Kualitas Pelayanan dan Ketetapan Waktu berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan Pada J&T (Diterima).

Pengujian Hipotesis kedua (UJI T)

Untuk menguji pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1), Ketepatan Waktu (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan digunakan Uji t. Berdasarkan uji t sesuai dengan hasil pengujian dapat dilihat pada tabel hasil olah data sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.357	2.469		4.599	.000
	X1 Kualitas Pelayanan	.149	.079	.212	1.886	.062
	X2 Ketetapan Waktu	.441	.143	.347	3.091	.003

a. Dependent Variable: Y Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil pengolahan program SPSS

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada J&T Kota Bima. Hasil Statistik uji t untuk variabel Kualitas pelayanan memperoleh nilai t hitung sebesar 1,886 dengan nilai t tabel sebesar 1,661 ($1,886 > 1,661$), dengan nilai signifikan $0,062 > 0,05$ maka hipotesis H1 yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Ketetapan waktu pada J&T Kota Bima (diterima).

H2: Ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada J&T Kota Bima Hasil statistic uji t untuk variabel Ketetapan waktu memperoleh nilai t hitung sebesar 3,091 dengan nilai t tabel 1,661 ($3,091 > 1,661$), dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$ maka hipotesis H2 yang menyatakan bahwa Ketetapan waktu berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada J&T Kota Bima (diterima).

Pembahasan

Dari hasil penelitian maka hipotesis H3 yang menyatakan bahwa: Kualitas Pelayanan dan Ketetapan Waktu berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada J&T (diterima). Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Deviana, s (2018) yang menyatakan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan ketetapan waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa Karet Api dalam parspektif ekonomi islam.

Sedangkan hipotesis H1 yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Ketetapan waktu pada J&T Kota Bima (diterima). Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Oktaviasari & Rachmu (2019). Menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada penumpang kereta api tawang alun jurusan Malang Bayuwangi di stasiun kota Malang).

Selanjutnya hipotesis H2 yang menyatakan bahwa ketetapan waktu berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen pada J&T Kota Bima diterima. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Lisnasari, et al (2016) secara parsial ketetapan waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada PT. Karet Gaya Pustaka).

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel:

1. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Ketetapan Waktu (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
3. Kualitas Pelayanan dan Ketetapan Waktu berpengaruh terhadap Keputusan Pelanggan (Y) Pada J&T EXPRESS Kota Bima.

Saran

Bagi peneliti selanjutnya penambahan variabel penelitian agar menjadi satu penelitian lebih baik lagi sehingga hasilnya dapat lebih beragam. Penambahan variabel baru seperti kepercayaan pelanggan, dapat membuat penelitian selanjutnya lebih menarik dan dapat menjelaskan fenomena tentang kepuasan pelanggan dengan lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya menyarankan agar penelitian sejenis seperti meneliti variabel-variabel yang belum diteliti di dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Deviana, S. 2018. Pengaruh kualitas Pelayanan dan Ketetapan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Karet Api dalam Perspektif Ekonomi Islam. Lampung. 1-112.
- Handoko, H. B. 2010. *Cara Mudah Membangun Blog Toko Online*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. & Keller, L. K. (2013). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2012). *Marketing management, (The Millenium Edition)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lisnasari, N., Rudi, A., & Pratiwi, D. 2016. “ Analisis Pengaruh Faktor Ketetapan dan Tarif pengiriman Barang atau Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Karet Gaya Pusaka)”. *Jurnal Ilmu Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB)*, 13 (November), 33-41.
- Lupiyoadi. dan A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Salemba Empat.
- Mahfudz. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. Studi pada J&T Express Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*. Vol. No. Hal: 1-8
- Oktaviasari, N., & Rachma, N. 2019. “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif dan Ketetapan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan”. *Jurnal Ilmiah riset Manajemen*, 8(5), hal. 1-10
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Balikpapan. *Jurnal Geo Ekonomi*, 116-129.
- Soegoto, A.S.2013.”Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen”. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1 (3), hal.1271-1283.