

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU DAN TARIF
PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS DI KOTA PADANG**

SKRIPSI



Oleh:

NADILA MARZELI

1910011211031

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA
PADANG
2023**

Universitas Bung Hatta

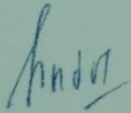
HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU DAN TARIF
PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA
PENGIRIMAN J&T EXPRESS DI KOTA PADANG

Oleh
Nama : Nadila Marzeli
NPM : 1910011211031

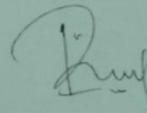
Tim Penguji

Ketua



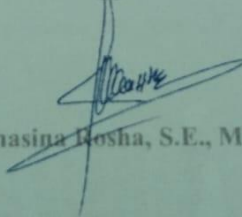
Lindawati, S.E., M.Si

Sekretaris



Purbo Jadmiko, S.E., M.Sc

Anggota



Zeshasina Dasha, S.E., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada tanggal 26 Juli 2023

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta



Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si

JUDUL SKRIPSI

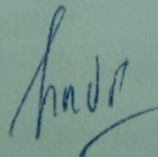
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU DAN TARIF
PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA
PENGIRIMAN J&T EXPRESS DI KOTA PADANG

Oleh
Nama : Nadila Marzeli
NPM : 1910011211031

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal 26 Juli 2023

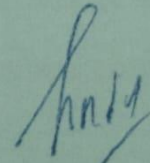
Menyetujui

Pembimbing



Lindawati, S.E., M.Si

Ketua Program Studi



Lindawati, S.E., M.Si

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU DAN
TARIF PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS DI KOTA PADANG**

Nadila Marzeli¹, Lindawati²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung hatta

E-mail : nadilamarzeli14@gmail.com, lindawati@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express di Kota Padang. Sampel yang digunakan 100 responden. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling. Jenis data pada penelitian ini yaitu data kuantitatif. Sumber data yaitu data primer. Berdasarkan penelitian ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express di Kota Padang, ketepatan waktu tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express di Kota Padang dan tarif pengiriman berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express di Kota Padang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Kepuasan Pelanggan

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PUNCTUALITY AND SHIPPING RATES ON CUSTOMER SATISFACTION ON J&T EXPRESS DELIVERY SERVICES IN PADANG CITY

Nadila Marzeli¹, Lindawati²

Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University

E-mail : nadilamarzeli14@gmail.com, lindawati@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of service quality, punctuality and shipping rates on customer satisfaction on J&T Express delivery services in Padang City. The sample used 100 respondents. The sampling technique is purposive sampling. The type of data in this study is quantitative data. The data source is the primary data. Based on research, it was found that service quality has a positive effect on customer satisfaction on J&T Express delivery services in Padang City, punctuality has a positive effect on customer satisfaction on J&T Express delivery services in Padang City and shipping rates have a positive effect on customer satisfaction on J&T Express delivery services in Padang City.

Keywords: Service Quality, Punctuality, Shipping Rates, Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	8
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	8
2.1.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	9
2.1.2 Kualitas Pelayanan	9
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	9
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	10
2.1.3 Ketepatan Waktu	13
2.1.3.1 Pengertian Ketepatan Waktu	13
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu	13
2.1.4 Tarif Pengiriman	14
2.1.4.1 Pengertian Tarif Pengiriman	14
2.2 Pengembangan Hipotesis	14

2.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	14
2.2.2 Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan	..16
2.2.3 Pengaruh Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan18
2.3 Kerangka Konseptual 19

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 20
3.2 Populasi dan Sampel 20
3.2.1 Populasi 20
3.2.2 Sampel 20
3.3 Teknik Pengumpulan Sampel 21
3.4 Teknik Pengumpulan Data 21
3.4.1 Jenis dan Sumber Data 21
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel 22
3.6 Pengukuran Instrumen 25
3.7 Teknik Analisis Data 26
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas 26
3.7.1.1 Uji Validitas 26
3.7.1.2 Uji Reliabilitas 27
3.7.2 Analisis Deskriptif 27
3.7.3 Uji Asumsi Klasik 29
3.7.3.1 Uji Normalitas 29
3.7.4 Uji Hipotesis 30
3.7.4.1 Uji T 30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Variabel/Objek Penelitian 31
4.1.1 Profil Responden 32
4.2 Pengujian Instrumen Penelitian 34
4.2.1 Hasil Pengujian Validitas 34
4.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas 39
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian 39

4.3.1 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan	40
4.3.2 Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan	41
4.3.3 Distribusi Frekuensi Ketepatan Waktu	42
4.3.4 Distribusi Frekuensi Tarif Pengiriman	43
4.4 Hasil Pengujian Asumsi Klasik	44
4.4.1 Hasil Pengujian Normalitas	44
4.5 Pengujian Hipotesis	45
4.6 Pembahasan	47
4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ..	47
4.6.2 Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan ..	48
4.6.3 Pengaruh Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan ..	49
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Implikasi Penelitian	50
5.3 Keterbatasan Penelitian	51
5.4 Saran	52
 DAFTAR PUSTAKA	 53
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

1.1 Top Brand Index(TBI) Jasa Pengiriman J&T Express Tahun 2019-2022	5
3.1 Pengukuran Instrumen	26
3.2 Tingkat Capaian Responden (TCR)	29
4.1 Prosedur Pengambilan Sampel	31
4.2 Profil Responden	33
4.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	35
4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)	36
4.5 Hasil Uji Validitas Ketepatan Waktu (X2)	37
4.6 Hasil Uji Validitas Tarif Pengiriman (X3)	38
4.7 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian	39
4.8 Distribusi Frekuensi Kepuasan Pelanggan	40
4.9 Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan	41
4.10 Distribusi Frekuensi Ketepatan Waktu	42
4.11 Distribusi Frekuensi Tarif Pengiriman	43
4.12 Hasil Pengujian Normalitas Nilai Residual Variabel Penelitian	45
4.13 Hasil Pengujian Hipotesis Uji T	45

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual	19
-------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner Penelitian	59
Lampiran II Tabulasi Data	65
Lampiran III Profil Responden	109
Lampiran IV Uji Validitas dan Reliabilitas	111
Lampiran V Analisis Deskriptif	116
Lampiran VI Uji Asumsi Klasik	123
Lampiran VII Uji Hipotesis	124

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini, perkembangan bisnis yang bergerak di industri pengiriman barang semakin meningkat. Sehingga konsumen memiliki banyak pilihan dalam menggunakan jasa pengiriman yang dapat dipercaya dengan kualitas pelayanan yang baik. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing adalah dengan memberikan pelayanan berkualitas sesuai dengan kepentingan konsumen dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen (Tjiptono,2012).

Keberadaan penyediaan jasa pengiriman barang memiliki peran yang strategis untuk meningkatkan kinerja arus barang dari dan ke suatu wilayah. Peran utama dari penyedia jasa pengiriman adalah sebagai sarana transportasi barang dari tempat asal pengiriman menuju tempat tujuan. Peran sebagai sarana transportasi barang ini meliputi pelayanan dalam penyediaan akses transportasi barang baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh. Pada bisnis jasa pengiriman barang, produsen dan konsumen harus berinteraksi dengan efektif untuk menciptakan nilai superior selama melakukan pembelian jasa. Secara garis besar manusia ingin memenuhi kebutuhannya dengan baik melalui barang maupun jasa (Kotler & Armstrong,2016).

J&T Express yaitu perusahaan jasa pengiriman yang tergolong baru dalam

perluasan jaringan di Indonesia. J&T Express Kota Padang ialah salah satu dari sekian banyaknya perusahaan yang bekerja di bidang jasa pengiriman dalam melayani pelanggan untuk melaksanakan pengiriman barang atau dokumen. Perusahaan tersebut bergerak dengan mengedepankan sistem IT yang sudah digunakan J&T Express sejak proses penyortiran hingga barang diterima pelanggan. Memiliki fitur cek nomor resi J&T, pelacakan (*web trace and track*) sudah sampai mana pengiriman, dan lain-lainnya. Selain itu, J&T Express memiliki opsi pengiriman paket seperti paket kilat yang sehari sudah sampai dan paket regular untuk estimasi waktu pengiriman 3 sampai 6 hari pengiriman tergantung jauhnya alamat pengiriman. J&T Express memiliki beberapa cara untuk memperoleh kepuasan pelanggan dengan mempunyai layanan *customer service* yang responsif, memiliki banyak cabang sehingga pelanggan mudah untuk mengirim barang atau dokumen. J&T Express dituntut untuk memenuhi keinginan yang pelanggan harapkan sehingga terbentuklah kepercayaan yang baik untuk J&T Express dimata pelanggan.

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). Kepuasan pelanggan pada J&T Express dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan tarif pengiriman.

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. Menurut penelitian sebelumnya oleh Dewantoro, et al. (2020) hasilnya bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan. Hal tersebut membuat kualitas layanan sebagai faktor penentu ketika pelanggan ingin mempergunakan layanan yang dipilihnya untuk pengiriman. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa rata-rata pelanggan setuju dengan beberapa indikator kualitas layanan, yaitu reability, tangibels, empathy, assurance, dan responsiveness. Jika kinerja yang dihasilkan tidak memenuhi harapan, pelanggan tidak puas dan arena itu tidak akan melakukan pembelian ulang atau bahkan merekomendasi pelanggan lain, yang berdampak negatif pada masa depan perusahaan itu sendiri (Krisdayanto, et al. 2018).

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh variabel ketepatan waktu dan tarif pengiriman. 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 yang kurang berkualitas. 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, 2021). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu mengatakan bahwa, ketepatan waktu berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express (Artati dan Sri Ernawati, 2022).

Menurut Kotler & Keller, (2013) mengatakan bahwa tarif pengiriman adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Menurut Tjiptono, (2014) tarif merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, tempat, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya/pengeluaran. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Artati dan Sri Ernawati (2022) di kota Bima. Dalam penelitian tersebut yang berperan sebagai variabel bebas adalah kualitas pelayanan dan ketepatan waktu dan variabel terikat adalah kepuasan pelanggan. Sementara penelitian ini menambahkan variabel tarif pengiriman sebagai variabel bebas tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Salma Hafizha, Abdurrahman, dan Hanifa Sri Nuryani (2019) yang menemukan bahwa tarif pengiriman berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Ada beberapa pertimbangan pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan

pelanggan jasa pengiriman barang, diantaranya adalah kualitas pelayanan, ketetapan waktu, dan tarif pengiriman. J&T Express adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman yang melayani pengiriman dan penerimaan barang maupun dokumen dari dan ke berbagai daerah di seluruh Indonesia (J&T Express, 2019). Berikut adalah posisi J&T Express pada tahun 2019-2022:

Tabel 1.1

Top Brand Index (TBI) Jasa Pengiriman J&T Express Tahun 2019-2022

Nama Brand	2019	2020	2021	2022
JNE	26.40%	27.30%	28.00%	39.30%
J&T	20.30%	21.30%	33.40%	23.10%
Tiki	12.60%	10.80%	11.20%	11.10%
Pos Indonesia	5.40%	7.70%	8.50%	8.50%
DHL	3.80%	4.10%	6.00%	6.90%

Sumber : Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

Berdasarkan hasil survey diatas, dapat dilihat bahwa pemimpin pasar pada jasa pengiriman tahun 2019 yaitu JNE sebesar 26.40%, J&T sebesar 20.30%, Tiki sebesar 12.60%, Pos Indonesia sebesar 5.40%, dan DHL sebesar 3.80%. Sedangkan pada tahun 2020 pemimpin pasar pada jasa pengiriman masih JNE yaitu sebesar 27.30%, J&T sebesar 21.30%, Tiki sebesar 10.80%, Pos Indonesia sebesar 7.70%, dan DHL sebesar 4.10%. Pada tahun 2021 pemimpin psar pada jasa pengiriman yaitu J&T sebesar 33.40%, JNE sebesar 28.00%, Tiki sebesar 11.20%, Pos Indonesia sebesar 8.50%, dan DHL sebesar 6.00%, sedangkan pada tahun 2022 jumlah pengguna JNE lebih unggul yaitu sebesar 39.30%, J&T sebesar 23.10%, Tiki sebesar 11.10%, Pos Indonesia sebesar 8.50%, dan DHL sebesar 6.90%. Ini dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2019-2022, J&T berada

peringkat kedua dibawah JNE. Dan JNE Masih unggul dibandingkan J&T. JNE lebih banyak digunakan dalam pengiriman paket berupa barang didalam maupun diluar kota.

Berdasarkan permasalahan data pada *top brand index jasa pengiriman J&T Express* belum ada peningkatan karena selama 4 tahun ini J&T Express mengalami penurunan walaupun tetap memimpin top brand index. Dapat disimpulkan bahwa masih rendahnya kepuasan pelanggan J&T Express di kota padang.

Berdasarkan uraian latar belakang dan memperlihatkan fenomena, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express di Kota Padang”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapatdikemukakan rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jaspengiriman J&T Express di kota Padang?
2. Apakah ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jaspengiriman J&T Express di kota Padang?
3. Apakah tarif pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jaspengiriman J&T Express di kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat dikemukakan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasanpelanggan pada jasa pengiriman J&T Express di kota Padang
2. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasanpelanggan pada jasa pengiriman J&T Express di kota Padang
3. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh tarif pengiriman terhadap kepuasanpelanggan pada jasa pengiriman J&T Express di kota Padang

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diberikan melalui hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman sebagai salah satu referensi dalam ilmu manajemen pemasaran terkhusus keterkaitan antara kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan tarif pengiriman.

2. Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan untuk lebih memahami perilaku konsumen khususnya kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express di masa yang akan datang.