

**PENGARUH HARGA, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA JASA PENGIRIMAN
J&T EXPRESS CABANG TANON
KABUPATEN SRAGEN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

TAUFIK KHURROHMAN

NIM 19.52.11.213

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID
SURAKARTA
2023**

**PENGARUH HARGA, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA JASA PENGIRIMAN
J&T EXPRESS CABANG TANON
KABUPATEN SRAGEN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Salam Bidang Ilmu
Manajemen Bisnis Syariah

Oleh:

TAUFIK KHURROHMAN
NIM 19.52.11.213

Sukoharjo, 25 Agustus 2023
Disetujui dan disahkan oleh :
Dosen Pembimbing



M. Rofiq Junaidi, M.Hum
NIP. 19760314 201701 114

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Taufik Khurrohman

NIM : 195211213

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul "PENGARUH HARGA, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS CABANG TANON KABUPATEN SRAGEN" Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 27 Agustus 2023



Taufik Khurrohman

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Taufik Khurrohman
NIM : 195211213
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul "PENGARUH HARGA, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS CABANG TANON KABUPATEN SRAGEN"

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari masyarakat di Kecamatan Tanon Kabupaten Sragen yang telah menggunakan layanan jasa J&T Express. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. *Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 27 Agustus 2023



Taufik Khurrohman

Muhammad Rofiq Junaidi, M.Hum.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Taufik Khurrohman

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Taufik Khurrohman NIM: 195211213 yang berjudul:

"PENGARUH HARGA, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS CABANG TANON KABUPATEN SRAGEN"

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ilmu Manajemen Bisnis Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alakum Wr. Wb

Sukoharjo, 25 Agustus 2023



M. Rofiq Junaidi, M.Hum
NIP. 19760314 201701 114

PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA JASA PENGIRIMAN
J&T EXPRESS CABANG TANON
KABUPATEN SRAGEN**

Oleh :

TAUFIK KHURROHMAN
NIM. 19.52.11.213

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasyah
pada hari Kamis tanggal 05 Oktober 2023 M / 19 Rabiul Awal 1445 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

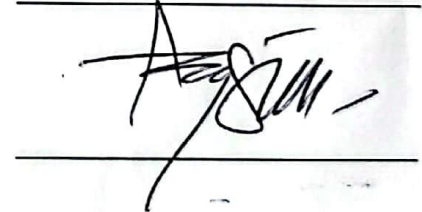
Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Dr. Fitri Wulandari, S.E., M.Si.
NIP. 19721109 199903 2 002



Penguji II
H. Khairul Imam, S.H.I., M.S.I.
NIP. 19821120 201403 1 001



Penguji III
Dr. Amri Syarif Hidayat, M.Si.
NIP. 19750126 200912 1 001



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si. ✱
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

Tuhan tidak menuntut kita untuk sukses.

Tuhan hanya menyuruh kita berjuang tanpa henti

-Emha Ainun Nadjib-

Kesempatan tidak datang dua kali.

Tetapi kesempatan datang kepada siapa yang tidak pernah berhenti mencoba

-Dzawin-

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil' Alamin

Dengan Senantiasa Memanjatkan Puji Syukur Kehadirat Allah SWT Serta

Shalawat Serta Salam Buat Nabi Agung Muhammad SAW.

Kupersembahkan Buah Karya Ini Untuk :

Ayahku terhebat Alm. Sugiharto dan Ibu tercinta Sartini

Kakak ku tersayang Jihan Fauzin Anitasari, Farid Maslukhan, Wahyu Putra Nur

Hidayat

Adik ku tersayang Khoirunnisa Intan Sari, Septiana Nur Rahmawati, dan Callista

Ulfa Khoirina

Teman-teman seperjuangan dan kelas MBS F, Yang selalu memberikan semangat,

doa, dan bantuan dengan tulus ikhlas Terimakasih

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH HARGA, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS CABANG TANON KABUPATEN SRAGEN”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Toto Suharto, S.Ag., M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, SE, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Rina Hastuti, S.E., M., Ph.D., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Zakky Fahma Auliya, SE., M.M selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

5. Asep Maulana Rohimat, S.H.I., M.S.I., CCC. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan akademik di setiap pergantian semester selama menempuh studi di UIN Raden Mas Said Surakarta.
6. Muhammad Rofiq Junaidi, M.Hum. selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya yang dengan penuh kesabaran telah memberikan banyak perhatian, bimbingan, dukungan dan masukan positif bagi saya selama penulis menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Ayahku Alm. Sugiharto dan Ibu tercinta Sartini, terimakasih atas doa, cinta, dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak akan pernah kulupakan.
9. Kakakku tersayang Jihan Fauzin Anitasari, Farid Maslukhan, Wahyu Putra Nur Hidayat terimakasih atas doa dan dukungan selama proses skripsi berlangsung.
10. Adikku tersayang Khoirunnisa Intan Sari, Septiana Nur Rahmawati, dan Callista Ulfa Khoirina terimakasih atas doa dan dukungan selama proses skripsi berlangsung.
11. Teman-temanku satu lingkaran dan teman-teman MBS F yang telah memberikan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

12. Para responden terhormat yang sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner saya dalam pembentukan skripsi saya.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang berjasa membantu dan memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Terimakasih juga kepada diri saya sendiri yang mampu bertahan sampai titik ini sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir serta perkuliahan ini dengan baik.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Alah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Sukoharjo, 27 Agustus 2023

Taufik Khurrohman

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the effect of price, on time delivery and service quality on customer satisfaction with the J&T Express delivery service at the Tanon Branch, Sragen Regency. The population in this study were people in Tanon District. The sampling technique uses a probability sampling method with random probability sampling techniques and distributing questionnaires via Google Form. The sample in this study was 100 respondents

The independent variables in this research are Price (X1), Timely Delivery (X2) and Service Quality (X3). The dependent variable in this research is Customer Satisfaction (Y). The research method used is a quantitative method and the data analysis used in this research is multiple linear regression analysis. Meanwhile, for data processing using IBM SPSS Statistics 23 software.

The results of this research show that price has a positive and significant influence on customer satisfaction where the results of the partial test show that H_0 is rejected and H_a is accepted. Then on time delivery has a positive and significant influence on customer satisfaction where partial test results show that H_0 is rejected and H_a is accepted, and service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction where partial test results show that H_0 is rejected and H_a is accepted. Companies need to improve the quality of service related to company employees in serving customers and improve the quality of goods delivery so that there are no delays.

Keywords : Price, Timely Delivery, Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, ketepatan waktu pengiriman dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express di Cabang Tanon Kabupaten Sragen. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Tanon. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode probability sampling dengan teknik random probability sampling dan penyebaran kuesioner melalui google form. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden

Untuk variabel independen dalam penelitian ini adalah Harga (X1) Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) dan Kualitas Layanan (X3). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif serta analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Sedangkan untuk pengolahan data menggunakan *software IBM SPSS Statistic 23*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana hasil dari uji parsial menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Kemudian ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana hasil uji parsial menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang mana hasil uji parsial menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang berkaitan dengan pegawai perusahaan dalam melayani pelanggan dan meningkatkan kualitas pengiriman barang sehingga tidak terjadi keterlambatan.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSAH.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Kajian Teori.....	12
2.2 Tinjauan Pustaka	24
2.3 Kerangka Penelitian.....	26
2.4 Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian	30

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	30
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	32
3.5 Data dan Sumber Data.....	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data	33
3.7 Variabel Penelitian	34
3.8 Definisi Operasional Variabel	35
3.9 Teknik Analisis Data	36
3.9.1 Uji Instrumen	37
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	38
3.9.3 Uji Ketepatan Model	40
3.9.4 Uji Hipotesis	41
3.9.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
BAB IV ANALISIS PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Penelitian	43
4.2 Karakteristik Responden Penelitian.....	43
4.3 Deskripsi Variabel	48
4.4 Uji Instrumen Penelitian	60
4.5 Uji Asumsi Klasik	63
4.6 Uji Ketepatan Model.....	67
4.7 Uji Hipotesis (Uji T).....	69
4.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4.9 Analisis dan Pembahasan	72
BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran-saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Top Brand Jasa Pengiriman Tahun 2019-2022	4
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel III.1 Skor Jawaban Kuesioner.....	34
Tabel III.2 Definisi Operasional Penelitian	35
Tabel IV.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel IV.2 Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel IV.3 Responden Berdasarkan Asal Kelurahan.....	46
Tabel IV.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan	47
Tabel IV.5 Responden Berdasarkan Sudah Pernah.....	48
Tabel IV.6 Penilaian Variabel Harga	49
Tabel IV.7 Statistik Variabel Harga.....	49
Tabel IV.8 Penilaian Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman	52
Tabel IV.9 Statistik Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman	52
Tabel IV.10 Penilaian Variabel Kualitas Pelayanan	54
Tabel IV.11 Statistik Variabel Kualitas Pelayanan.....	55
Tabel IV.12 Penilaian Variabel Kepuasan Pelanggan	58
Tabel IV.13 Statistik Variabel Kepuasan Pelanggan.....	59
Tabel IV.14 Hasil Uji Validitas	61
Tabel IV.15 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel IV.16 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel IV.17 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel IV.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel IV.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	67
Tabel IV.20 Hasil Uji F.....	68
Tabel IV.21 Hasil Uji T	69
Tabel IV.22 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna E-Commerce di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Keluhan Pengguna J&T Express Cabang Tanon	5
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	88
Lampiran 2. Jadwal Penelitian	92
Lampiran 3. Data Karakteristik Responden	93
Lampiran 4. Tabulasi Variabel Harga (X1)	98
Lampiran 5. Tabulasi Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2).....	100
Lampiran 6. Tabulasi Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	103
Lampiran 7. Tabulasi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	105
Lampiran 8. Hasil Distribusi Karakteristik Responden	108
Lampiran 9. Deskripsi Statistik Variabel	109
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Harga (X1).....	110
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	111
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3).....	111
Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	112
Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas	112
Lampiran 15. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	113
Lampiran 16. Hasil Koefisien Determinasi.....	115
Lampiran 17. Hasil Uji F	115
Lampiran 18. Hasil Uji T	116
Lampiran 19. Hasil Analisis Regresi Berganda	116
Lampiran 20. Bukti Cek Plagiasi	117
Lampiran 21. Riwayat Hidup.....	118

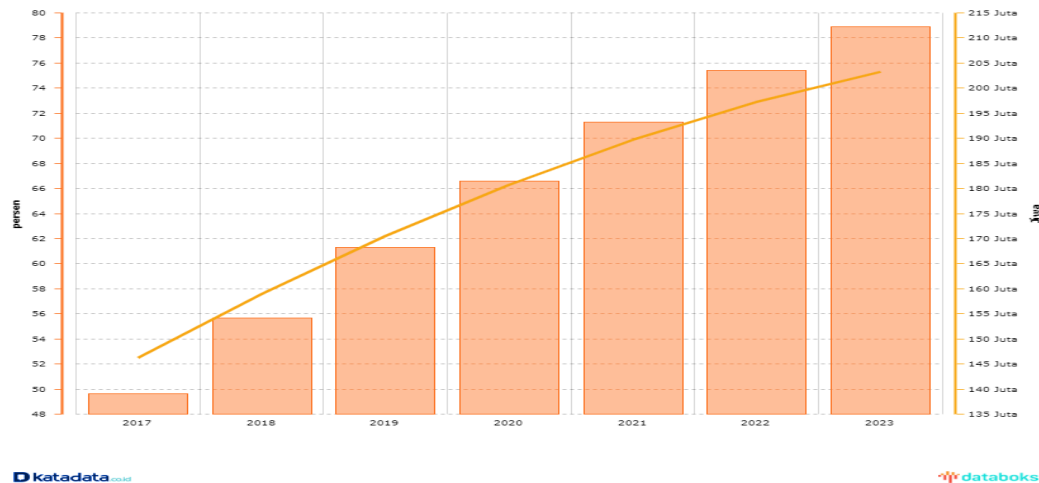
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan dan penggunaan teknologi di dunia modern cukup signifikan, terutama dalam hal bagaimana mereka dapat memfasilitasi interaksi konsumen dan menyediakan sistem transaksi online yang lebih ramah pengguna dan efektif. Karena tingginya frekuensi pembelian online yang dilakukan di situs-situs seperti Lazada, Shopee, Tokopedia dan situs sejenis lainnya. Tingginya frekuensi pengiriman barang jasa pada bisnis yang bergerak di bidang ekspedisi pengiriman terjadi, hal inilah yang menyebabkan proses pengiriman di bisnis ekspedisi menjadi semakin aktif. Fenomena ini menyebabkan e-commerce tumbuh dan berkembang dengan kecepatan yang semakin tinggi, menciptakan ruang bagi bisnis pengiriman barang yang dipercepat untuk beroperasi secara menguntungkan selama proses pengiriman barang dari gudang. Dari fenomena tersebut terlihat bahwa konsumen memiliki perasaan yang kuat terhadap barang dan jasa. Ini terkait dengan industri e-commerce yang sedang booming dan stabil. Pertumbuhan e-commerce saat ini berdampak negatif terhadap distribusi barang dan jasa, dimana pelanggan membutuhkan suatu pelayanan dengan kualitas yang baik dan dapat memenuhi harapan pelanggan (Berliana, Suharyati, & Handayani, 2020).

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna E-Commerce di Indonesia Tahun 2017-2023



Sumber : Databoks Desember 2022

Pada Gambar 1 menunjukkan pada tahun 2017 jumlah pengguna e-commerce di Indonesia mencapai 140 juta pengguna, kemudian naik 10,8% menjadi 154 juta pada tahun 2018 dan terus mengalami peningkatan sampai tahun 2021 serta diperkirakan akan terus mengalami peningkatan mencapai 212 juta pada tahun 2023

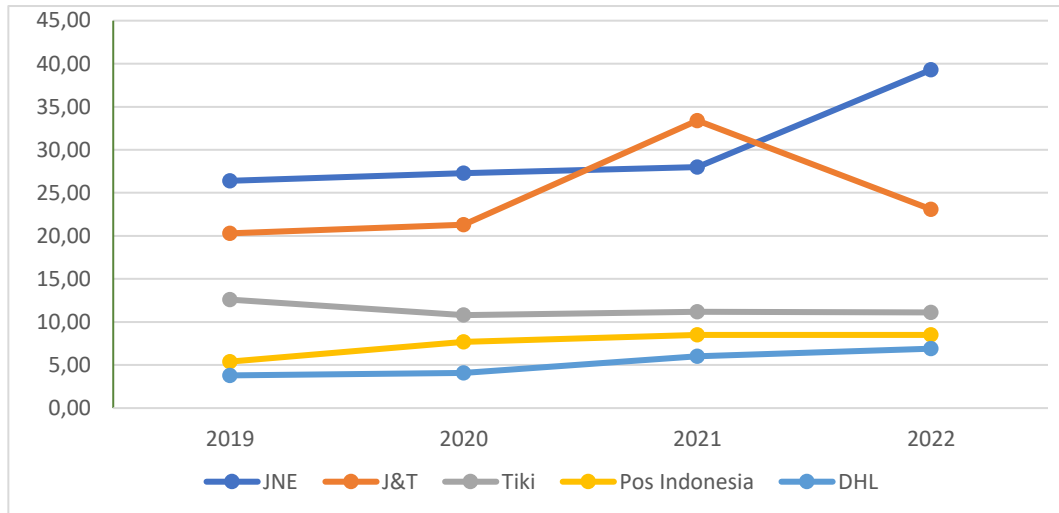
Menurut keterangan Mohamad Feriadi, Ketua Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Indonesia (Asperindo), volume ekspor nasional selama semester I 2021 meningkat sekitar 30% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Setelah Indonesia memasuki era e-commerce, industri logistik dapat terus berkembang karena sudah menjadi kebutuhan utama masyarakat. (Handoyo, 2021).

Bisnis jasa pengiriman barang menjadi semakin kompetitif dan pemain baru berdatangan, dengan pemain utama dalam dan luar negeri berlomba-lomba merebut pangsa pasar terbesar dan memanfaatkan kekuatan mereka. (Aminah, Rafani, & Hariyani, 2017). Indonesia sendiri memiliki banyak perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman, baik milik negara maupun swasta, seperti JNE, POS

Indonesia, ID Express, J&T Express, Anteraja, TIKI, SiCepat, dll. Pada saat yang sama, ada juga perusahaan yang menyediakan layanan pengiriman kargo internasional, seperti Nippon Express, DHL, FedEx, dll. Berbagai pilihan layanan transportasi, pelanggan dapat memilih layanan transportasi sesuai dengan preferensi dan situasi keuangan mereka (Marwani & Adi, 2022).

J&T Express adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman di Indonesia, menyediakan jasa pengiriman barang serta dokumen. Dalam proses pengiriman barang atau dokumen perusahaan, J&T Express menggunakan sistem IT mulai dari proses penyortiran hingga barang diterima pelanggan. J&T Express mempunyai banyak trik guna memperoleh kepuasan pelanggan yaitu memberikan pelayanan pelanggan, pelayanan yang cepat dan ramah, serta memiliki cabang di berbagai daerah untuk memudahkan pelanggan mengirim paket. J&T Express senantiasa mencoba untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggannya, sehingga diharapkan dapat menciptakan kepercayaan yang baik di benak pelanggan, salah satunya J&T Express Kabupaten Sragen (Marwani & Adi, 2022).

Tabel I.1
Top Brand Jasa Pengiriman 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

Showing 1 to 5 of 5 entries

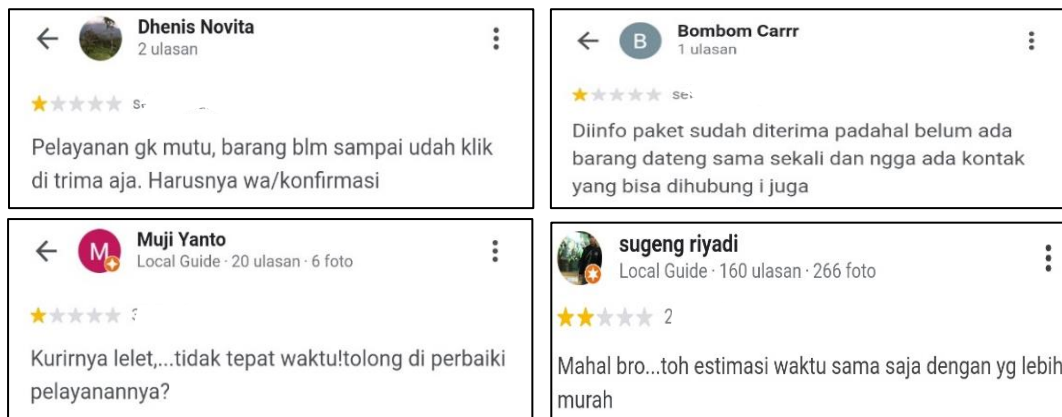
Sumber: Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

Sumber : Top Brand Indeks

Berdasarkan data Top Brand di atas terlihat bahwa J&T Express mengalami kenaikan penggunaan jasa pengiriman antara tahun 2019 dan 2021. Pada tahun 2021, J&T Express berhasil menduduki peringkat No.1 dan menjadi perusahaan pelayaran pengiriman Indonesia terpopuler dengan 33.40% pengguna. Namun, dalam data Top Brand tahun 2022, tingkat penggunaan layanan transportasi J&T Express mengalami penurunan, hanya 23,10%, lebih rendah dari 39,30% layanan transportasi JNE yang menempati peringkat layanan transportasi terpopuler di tahun 2022. Buruknya kualitas pelayanan yang diberikan dan pengiriman barang yang tidak sesuai dengan

yang dijanjikan telah mengurangi jumlah pengguna jasa pengiriman J&T Express. Hal seperti ini yang menjadi faktor turunnya penggunaan jasa pengiriman J&T Express yang dibuktikan dengan ditemukannya komplain dari pelanggan melalui web J&T Express Cabang Tanon sebagai berikut:

Gambar 1.2 Keluhan Pengguna J&T Express Cabang Tanon



Sumber : jet.co.id

Berdasarkan pada gambar diatas terdapat beberapa contoh komplain dari pelanggan J&T Express cabang Tanon. Dapat disimpulkan bahwa ada paket yang sampainya terlambat tidak sesuai jadwalnya atau jamnya, pelayanan yang kurang baik dan kinerja kurir yang tidak tepat waktu dan harga yang mahal dibanding dari kompetitor. Konsumen dapat membuat pertimbangan khusus menurut pengalaman konsumen saat menggunakan suatu layanan, dan pertimbangan yang dibuat akan mengubah setiap perbuatan konsumen berdasarkan bagaimana satu kompetitor dibandingkan dengan kompetitor lain yang sudah menggunakan layanan tersebut. Perusahaan jasa harus mempertahankan kepuasan pelanggan dengan cara memenuhi harapan konsumen atas penawaran jasa yang mereka terima. Perusahaan perlu menentukan strategi apa yang akan diterapkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen guna mencapai kepuasan pelanggan (Oscar & Purba, 2020).

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan pelanggan merupakan rasa senang atau kecewa pada seseorang setelah membandingkan antara harapan dengan sesungguhnya terhadap apa yang didapatkan (Lusiah, Noviantoro, & Akbar, 2019). Tercapainya kepuasan yang tinggi akan membawa keuntungan bagi perusahaan yaitu hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, membangun loyalitas pelanggan dan menimbulkan pembelian ulang. Kepuasan pelanggan sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan bisnis. Konsumen yang puas merekomendasikan orang lain untuk menggunakan layanan yang sama (Aminah, Rafani, & Hariyani, 2017).

Harga merupakan penyebab utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, Menurut Siti Nurhalimah (2018) harga merupakan nilai atau uang yang perlu dibayar agar dapat menggunakan, mempunyai dan menggunakan suatu jasa atau barang untuk kepuasan (Solikha & Suprpta, 2020). Seperti penelitian yang dilakukan oleh Ardila & Irawan (2022) serta pada penelitian oleh Akbar, Muhajirin & Muniarty (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan perlu membuat strategi harga yang tepat dengan jasa atau barang yang ditawarkan dengan melihat kemampuan perusahaan. Memberikan harga yang sesuai membuat pelanggan merasa puas dan tentunya akan meningkatkan jumlah pelanggan (Nigtiyas, 2019).

Ketepatan waktu pengiriman sangat penting mengingat ketepatan waktu pengiriman produk pesanan akan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. seperti penelitian yang dilakukan oleh Siburian & Kartika (2021), serta penelitian oleh Mawarni & Adi (2022) yang menyatakan

bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Waktu pengiriman merupakan jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan tersebut baik atau tidak (Sakti B. J. & Mahfudz, 2018). Ketepatan pengiriman yang ditentukan oleh J&T Express biasanya sekitar 3 hingga 4 hari untuk pengiriman dari dan dalam wilayah Indonesia. Hal seperti ini J&T sangat ingin memuaskan pelanggan dengan estimasi waktu pengiriman J&T sendiri. Pelanggan tidak perlu menunggu lama barang sampai tujuan.

Di samping harga jasa pengiriman yang murah, tepatnya waktu pengiriman, kualitas pelayanan juga sangat berperan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Fakhrudin (2021) serta pada penelitian oleh Solikha & Suprpta (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan harus dapat memberikan pelayanan di atas pesaingnya dan harus melebihi yang dibayangkan oleh pelanggan, ini akan memberikan nilai yang lebih bagi perusahaan dan tentunya pelanggan akan merasa puas apa yang mereka dapatkan. Kualitas pelayanan sebuah upaya untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian memenuhi harapan pelanggan (Rohaeni & Marwa, 2018).

Kualitas pelayanan perlu memperoleh perhatian dari perusahaan dengan melibatkan semua sumber daya yang ada pada perusahaan, karena kualitas pelayanan sangat mempengaruhi dalam persaingan dan peningkatan keuntungan perusahaan.

Untuk mengetahui kualitas sebuah layanan dapat dilakukan dengan membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang di harapkan dengan layanan sesungguhnya yang mereka terima (Solikha & Suprpta, 2020).

Berdasarkan fenomena pada latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Tanon Kabupaten Sragen“**.

1.2 Identifikasi Masalah

Mengacu pada latar belakang yang sudah dipaparkan di atas maka terdapat beberapa masalah yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Jumlah penggunaan jasa pengiriman J&T Express tahun 2022 mengalami penurunan jika dibanding dengan tahun 2021.
2. Adanya beberapa komplain yang dilakukan pelanggan J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen.

1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari terlalu luasnya pembahasan maka ruang lingkup penelitian ini digunakan untuk mengetahui tentang variabel-variabel yang akan diteliti, yaitu memfokuskan kepada variabel harga, ketepatan waktu pengiriman, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen. Oleh karena itu, objek yang diteliti hanya sebatas masyarakat yang berada di Kecamatan Tanon Kabupaten Sragen dan sudah pernah mengirim barang menggunakan jasa pengiriman J&T Express.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah di paparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Pada jasa pengiriman J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen?
2. Apakah ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh Harga terhadap Kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen.
2. Untuk menganalisis pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen.
3. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah terbentuknya keilmuan penelitian dan menjadikan pengetahuan yang bersifat akademis bagi peneliti maupun pembaca tentang Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan untuk menyusun strategi perusahaan di masa depan dalam memenuhi kepuasan pelanggannya, sehingga perusahaan dapat bertahan pada persaingan kompetisi yang sangat ketat terutama pada J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan diperlukan dalam rangka memudahkan sekaligus agar pembahasan dapat dilakukan secara terarah dan sistematis, sehingga memadukan pembaca dalam memahami kandungan dari suatu karya ilmiah. Adapun sistematika penulisan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang masalah-masalah yang akan diteliti, yakni mengenai latar belakang masalah, identifikasi

masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang kajian teori, hasil penelitian yang relevan yang menjadi pendukung untuk penelitian ini serta kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi uraian tentang waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengambilan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisis data, dan pembahasan hasil analisis data (pembuktian hipotesis).

BAB V : KESIMPULAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

Penelitian ini fokus pada variabel-variabel Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. Setiap variabel dijelaskan dengan jelas yang bersumber dari beberapa penelitian terdahulu yang bertujuan agar penelitian ini lebih akurat dan sesuai dengan fakta yang ada.

2.1.1 Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah bagian yang berhubungan dengan penciptaan nilai pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan berarti memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan. Menurut Lovelock & Wirtz (2011) menyatakan kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi (Caniago, 2022).

Kotler & Keller (2012) mendefinisikan kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

Jika kinerja berada di bawah harapan maka konsumen tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang (Lestari & Hutasuhut, 2021). Sedangkan menurut Kalia (2019) kepuasan konsumen merupakan evaluasi pelanggan atas produk atau layanan dalam hal apakah produk atau layanan tersebut memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan digunakan untuk mengukur kinerja dari sebuah perusahaan baik secara internal maupun secara eksternal (Manalu & Akbar, 2019).

Berdasarkan beberapa uraian teori kepuasan konsumen di atas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan atas pengalaman dari penggunaan produk maupun jasa yang diberikan oleh perusahaan dengan harapan keinginan dan kebutuhannya dapat terpenuhi.

2. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2017) ada 4 cara yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

a. Sistem keluhan dan saran (*Complaint and Sugestion System*)

Banyak perusahaan membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh langganan, namun juga terdapat perusahaan yang memberi amplop yang telah ditulis alamat perusahaan untuk digunakan menyampaikan pesan saran, keluhan serta kritik. saran tersebut dapat juga disampaikan melalui kartu komentar, telepon bebas pulsa. informasi ini dapat memberikan ide dan

masuk ke perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut (Mahmudin, 2022).

b. Survei kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Survei*)

Dalam hal ini perusahaan melakukan survei untuk mendeteksi komentar pelanggan survei ini dapat dilakukan melalui pos, telepon atau wawancara pribadi atau pelanggan diminta mengisi angket (Adhiani, 2018).

c. Pembeli Bayangan (*Ghost Shopping*)

Dalam hal ini perusahaan mengirimkan seseorang sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaannya sendiri. Pembeli asing tersebut melaporkan pro dan kontra dari layanannya. Segala sesuatu yang berguna untuk pengambilan keputusan manajemen juga dilaporkan. Tidak hanya orang lain yang dipekerjakan sebagai pembeli bayangan, namun manajernya sendiri harus turun tangan, berbelanja di toko pesaingnya yang tidak dikenal. Pengalaman manajer sangat penting karena data dan informasi yang diperolehnya merupakan pengalaman langsungnya sendiri (Sari Oktamala, 2021).

d. Analisa Pelanggan Yang Lari (*Lost Customer Analysis*)

Pelanggan yang hilang, mencoba menghubungi mereka, mereka diminta untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, apakah ada masalah yang tidak dapat diselesaikan atau terlambat diselesaikan, dari informasi kontak ini akan diperoleh dan meningkatkan kinerja perusahaan itu sendiri, biarkan pelanggan Berhenti mengejar kepuasan (Zikri & Harahap, 2022).

3. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2010) ada tiga indikator pembentukan kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut :

a. Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang di rasakan oleh pelanggan (Berliana, Suharyati, & Handayani, 2020).

b. Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang pada produk terkait, meliputi (Imansyah & Irawan, 2018).

c. Kesediaan Merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga (Kasinem, 2020).

2.1.2 Harga

1. Pengertian Harga

Harga merupakan salah satu faktor penting atas suatu produk atau jasa, karena akan berpengaruh terhadap keuntungan produsen. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan, sehingga diperlukan pertimbangan khusus untuk menentukan harga. Kotler & Armstrong (2013) mendefinisikan harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang maupun jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukarkan konsumen atas manfaat karena telah memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Anshar, 2019).

Hasan (2013) Berpendapat bahwa harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh pelanggan untuk mendapatkan, memanfaatkan, memiliki dari suatu produk atau jasa. Bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawaran dari pesaing (Pantilu, Koleangan, & Roring, 2018).

Menurut Diana Faradisa (2021) harga merupakan strategi utama dalam menjalankan suatu bisnis. Mahal atau tidaknya suatu barang atau jasa yang diukur oleh harga bersifat relatif. Perusahaan harus bisa mengetahui dan melakukan riset harga yang di tetapkan kompetitor. Dengan tujuan perusahaan tidak memberikan harga yang tinggi sehingga dapat bersaing dengan para kompetitor (Rianto, Setyawati, Rohaeni, & Woelandari, 2022).

Dari beberapa definisi harga menurut para ahli di atas dapat diambil kesimpulan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen sebagai alat ganti atau alat tukar untuk mendapatkan sejumlah manfaat atas suatu barang atau jasa yang didapat oleh konsumen.

2. Tujuan Penetapan Harga

Pada dasarnya penjual memiliki tujuan dalam menetapkan harga suatu produk atau jasa. Tujuan tersebut antara lain sebagai berikut:

a. Mendapatkan laba maksimum

Semakin besar daya beli konsumen, maka semakin besar kemungkinan penjual untuk menetapkan tingkat harga yang lebih tinggi, sehingga penjual dapat berharap untuk memaksimalkan keuntungan dalam kondisi yang ada.

- b. Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih

Harga yang dicapai melalui penjualan juga dirancang untuk menutupi investasi secara bertahap. Dana yang digunakan untuk mengembalikan investasi hanya dapat ditarik dari keuntungan perusahaan, dan hanya jika harga jual lebih besar dari jumlah total maka keuntungan dapat diperoleh.

- c. Mencegah atau mengurangi persaingan

Melalui kebijakan harga dapat diketahui kapan penjual menawarkan barangnya dengan harga yang sama, sehingga persaingan hanya mungkin terjadi tanpa adanya kebijakan harga, namun untuk jasa lain persaingan ini disebut persaingan non harga .

- d. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*

Peningkatan pangsa pasar hanya mungkin terjadi jika kapasitas dan kemampuan produksi perusahaan masih lemah, begitu pula di bidang lain. Dalam hal ini harga merupakan faktor yang penting bagi perusahaan kecil yang mempunyai kemampuan yang terbatas (Rizqiyah, 2021).

3. Indikator Harga

Kotler & Amstrong (2008) berpendapat bahwa ada empat indikator dalam mengukur harga yaitu :

- a. Keterjangkauan harga

Suatu produk yang dapat dijangkau oleh konsumen kemudian diberikan harga oleh suatu perusahaan di mana harga yang terjangkau akan membuat pelanggan

tertarik untuk kembali menikmati produk atau jasa tersebut (Sumarsid & Paryanti, 2022).

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Sebuah perusahaan dikatakan berhasil jika harga pada produknya sesuai dengan kualitas yang mereka berikan, jika kualitas produk tersebut baik dan harga tinggi maka konsumen tidak merasa keberatan jika membeli produk atau jasa tersebut, karena mempunyai kesesuaian harga terhadap kualitas produknya (Solikha & Suprpta, 2020).

c. Daya saing harga dalam pasar

Sebuah perusahaan jika ingin mengalahkan kompetitornya harus memberikan harga atau suatu produk yang berkualitas sehingga dapat bersaing dengan kompetitornya (Berliana, Suharyati, & Handayani, 2020).

d. Kesesuaian harga dengan manfaat

Kesesuaian harga yang diberikan oleh penyedia jasa harus sesuai dengan dampak positif jasa yang diberikan juga. Begitu pula jika harga yang dihadirkan tinggi maka manfaat yang disajikan harus tinggi pula (Kumrotin & Susanti, 2021).

2.1.3 Ketepatan Waktu Pengiriman

1. Pengertian Ketepatan Waktu Pengiriman

Pengiriman yang tepat waktu sangat penting mengingat pengiriman produk pesanan yang tepat waktu akan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketepatan waktu adalah waktu sejak pelanggan memesan suatu produk hingga produk sampai ke pelanggan. Perkiraan kedatangan dan

pengantaran sering kali menjadi tolak ukur pelanggan dalam menilai suatu jasa pengiriman (Berliana, Suharyati, & Handayani, 2020).

Nistrom (2005) mengatakan ketepatan waktu berarti proses pengiriman barang harus dilakukan sesuai tanggal dan tanggal yang ditentukan, dan jika tanggal dan tanggal tidak sesuai dengan tanggal yang ditentukan maka akan memicu keluhan pelanggan. Jumlah pengiriman dan barang yang harus tiba tepat waktu agar pelanggan puas ketika tiba pada waktu yang ditentukan (Siburian & Kartika, 2021)

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa ketepatan waktu pengiriman merupakan jangka waktu pengiriman dari pihak yang mengirim sampai ke pelanggan. Tepatnya waktu pengiriman juga menjadi pengambil keputusan seorang pelanggan dalam membeli suatu barang.

2. Indikator Ketepatan Waktu Pengiriman

Menurut Aminah (2017) ada tiga indikator ketepatan waktu pengiriman yaitu sebagai berikut :

a. Transportasi yang digunakan

Transportasi yang digunakan adalah kendaraan yang digunakan oleh pengirim untuk mengirim barang yang dipesan oleh pelanggan untuk sampai ke penerima.

b. Estimasi barang sampai ke penerima

Perkiraan waktu yang diperkirakan barang akan sampai ke penerima dengan ketentuan yang buruk akan terjadi.

c. Jarak yang ditempuh

Panjang keseluruhan lintasan yang ditempuh dari si pengirim hingga sampai di penerima (Deviana & Desitama, 2023)

2.1.4 Kualitas pelayanan

1. Pengertian Kualitas pelayanan

Kualitas layanan merupakan faktor penting yang dipertimbangkan pelanggan ketika membeli produk. Menurut Putri & Utomo (2017) kualitas pelayanan merupakan ukuran penilaian apakah suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna yang diharapkan, dengan kata lain jika suatu barang atau jasa berfungsi atau mempunyai nilai guna yang diharapkan maka dianggap mempunyai mutu. Kualitas pelayanan juga dapat dikatakan sebagai tolak ukur penilaian terhadap kualitas suatu barang atau jasa (Riyadin, 2019).

Hermawan (2018) menyimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan rangkaian bentuk istimewa dari suatu produksi atau pelayanan yang dapat memberikan kemampuan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Dalam hal ini, perusahaan yang menyediakan layanan, membutuhkan interaksi secara langsung antara pelanggan dan pelaku usaha, faktor dari perilaku karyawan seperti sikap serta keahlian dalam menyampaikan informasi merupakan hal terpenting yang menjadi perbedaan cara melayani yang baik (Ibrahim & Thawil, 2019).

Sedangkan Menurut Suryaningtyas (2013) kualitas pelayanan merupakan salah satu syarat kelangsungan hidup dari suatu perusahaan atau instansi, tingginya kualitas pelayanan yang diberikan akan tercermin pada aspek kepuasan pengguna jasa. Suatu proses bantuan kepada orang lain dengan cara-cara tertentu yang

memerlukan kepekaan dan hubungan interpersonal agar terciptanya kepuasan dan keberhasilan (Angraini & Alhempri, 2021).

Dari beberapa definisi kualitas pelayanan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala upaya yang dilakukan perusahaan di dalam memenuhi harapan pelanggan terhadap pelayanan yang mereka terima agar pada akhirnya perusahaan dapat bertahan di pasar dan mendapatkan kepercayaan serta kepuasan konsumen.

2. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Rusydi (2017) kualitas pelayanan merupakan suatu yang kompleks, sehingga untuk menentukan sejauh mana kualitas dari pelayanan tersebut, dapat dilihat dari lima indikator, yaitu :

a. Bukti fisik (*Tangible*)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan fisik sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya (Wibowowati, 2021).

b. Keandalan (*Reliability*)

Perusahaan memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya dari sejak pertama tanpa adanya melakukan kesalahan dan memberikan informasi jasanya (Caniago, 2022).

c. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan langsung oleh karyawannya secara cepat dan tanggap. Daya tanggap menumbuhkan persepsi positif terhadap kualitas layanan yang diberikan. Hal ini mencakup apabila terjadi gangguan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, maka penyedia jasa akan berupaya untuk segera memperbaikinya atau meminimalisir kerugian bagi konsumen. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat dalam menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan (Angraini & Alhempri, 2021).

d. Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan dan perilaku pegawailah yang membangun kepercayaan dan keyakinan konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang diberikan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap risiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen (Kumrotin & Susanti, 2021).

e. Empati (*Empathy*)

Kemampuan perusahaan dalam memperhatikan konsumen individu, termasuk kepekaan atau kebutuhannya, yang dilakukan langsung oleh karyawan (Sumarsid & Paryanti, 2022).

2.2 Tinjauan Pustaka

Pada dasarnya, suatu penelitian tidak berangkat dari awal, akan tetapi telah terdapat penelitian-penelitian lain yang mendahuluinya. Penelitian sebelumnya telah

berupaya memahami sejauh mana pertanyaan telah ditulis dan diteliti oleh orang lain di tempat dan waktu berbeda. Beberapa penelitian dijadikan acuan penelitian, dan hubungannya dengan pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel II.1
Tinjauan Pustaka

No	Peneliti (Tahun)	Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Ardila & Irawan (2022)	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, ketepatan waktu, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna pada layanan ekspedisi J&T Express di Patokbeusi Subang. Studi tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif dan kuesioner sebagai teknik pengumpulan datanya perhitungan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 26.	Hasil menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna sebesar 14%, ketepatan waktu berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna sebesar 1,2%, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna sebesar 36,2%. Harga, ketepatan waktu, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengguna kepuasan sebesar 51,5.
2	Prasetyo, Susanto & Maharani (2021)	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 155 responden. Sampel dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang minimal 1 kali pernah menggunakan jasa pangkas rambut barbershop pojor. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam	Berdasarkan hasil penelitian ini kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

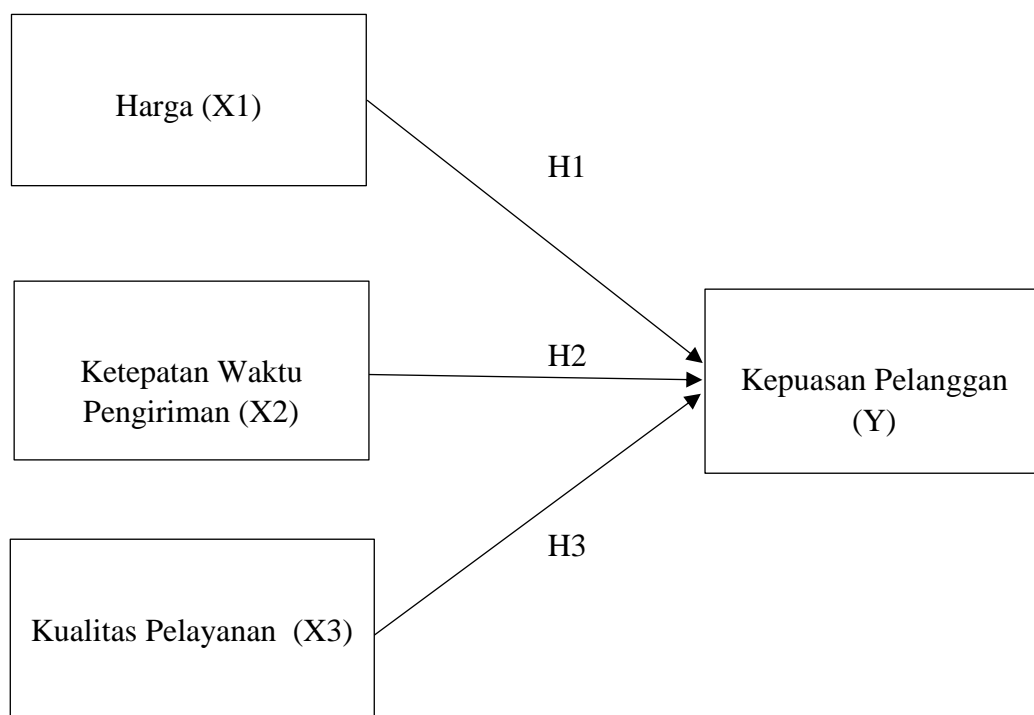
		penelitian ini menggunakan regresi linier berganda.	
3	Mawarni & Adi (2022)	<p>penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris dari hal tersebut pengaruh bukti pengaruh fasilitas sistem pelacakan online, tepat waktu pengiriman, harga, dan kualitas layanan pada kepuasan pelanggan. Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa J&T Express Karanganyar. Penelitian ini menggunakan sampel yang berjumlah 100 responden pelanggan atau pengguna jasa J&T Express Karanganyar. Analisis dari regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS 21 diterapkan sebagai salah satu cara menganalisis data.</p>	<p>Hasil penelitian menemukan bahwa pengiriman tepat waktu dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Karanganyar dengan nilai sig. masing-masing ($0,001 < 0,05$) dan ($0,008 < 0,05$). Sementara itu, fasilitas sistem tracking online dan harga tidak berpengaruh pada J&T Express Kepuasan pelanggan Karanganyar dengan nilai sig. masing-masing ($0,393 > 0,05$) dan ($0,653 > 0,05$).</p>
4	Akbar, Muhajirin & Muniarty (2022)	<p>Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Populasi yang digunakan semua kalangan masyarakat dengan kriteria responden yaitu konsumen yang berkunjung ke kantor cabang SAP Express di kota bima, menggunakan jasa SAP express di kota bima minimal 2 kali pengiriman. Anggota sampel yang digunakan sebanyak 96 orang yang diambil dengan Teknik purposive sampling.</p>	<p>Hasil uji secara simultan (uji f) menunjukkan harga dan ketepatan waktu secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen SAP express di kota bima, hasil uji parsial (uji t) menunjukkan harga dan ketepatan waktu secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen SAP express di kota bima</p>
5	Solikha & Suprpta (2020)	<p>Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bukti empiris pengaruh harga dan</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua hipotesis dapat diterima, 1)</p>

		<p>kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.GO-JEK diwilayah sekitar Tebet. Penentuan hasil sampel ini menggunakan rumus Lemeshow, dari rumus tersebut diperoleh sebanyak 74 responden dan diambil secara area (cluser) sampling (sampling menurut daerah). Teknik analisa data dalam penelitian dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan program digunakan adalah SPSS versi 17.00.</p>	<p>terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.2) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanann terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Harga merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna ojek online PT. GO-JEK.</p>
6	Fakhrudin (2021)	<p>Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas dengan satu dependen yaitu kepuasan konsumen. Setelah dilakukan tinjauan pustaka dan hipotesis, data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah 100 responden yang menggunakan jasa Bandar Udara Notohadi Negoro Jember sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji t dan uji f serta uji koefisien determinan.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bersifat valid dan reliabel. Pada uji hipotesis kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini diperoleh nilai determinan 0,168 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap variabel kepuasan konsumen adalah 16,8%.</p>

2.3 Kerangka Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain serta penjabaran tentang teori-teori mengenai masing-masing variabel dan hubungannya, maka dapat dirumuskan suatu kerangka penelitian sebagai berikut :

Gambar 2.1
Kerangka Penelitian



2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan pertanyaan penelitian, yang dituangkan dalam bentuk pertanyaan. Mengatakan demikian untuk sementara, karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori yang relevan dan belum berdasarkan fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2013). Berdasarkan keterkaitan dalam hubungan antar variabel penelitian, maka dapat dirumuskan dalam hipotesis penelitian sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Persepsi positif terkait harga merupakan akibat dari kepuasan mereka terhadap pembelian, sedangkan persepsi negatif terkait harga merupakan bentuk ketidakpuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang dibeli. Tjiptono (2012) mengemukakan bahwa harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Siburian & Kartika, 2021).

Hasil penelitian yang dilakukan Ardila & Irawan (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Begitu pula dengan penelitian Prasetyo, Susanto & Maharani (2021) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H1 = Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

2.4.2 Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan

Ketepatan waktu adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Ketepatan waktu menjadi tumpuan perusahaan agar dapat memperoleh kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Estimasi waktu sampai barang menjadi patokan para pelanggan dalam menilai apakah layanan antar tersebut baik atau tidak. Apabila ketepatan waktu dapat dikelola dengan baik maka akan memberikan kontribusi yang positif terhadap terwujudnya kepuasan pengguna (Ardila & Irawan, 2022).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mawarni & Adi (2022) menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Akbar, Muhajirin & Muniarty (2022) menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H2 = Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

2.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa mendapat nilai yang lebih dari yang diharapkan. Menurut Tjiptono (2008) kualitas pelayanan adalah perbandingan yang dirasakan konsumen mengenai tingkat layanan yang diberikan perusahaan terhadap ekspektasi atau perkiraan konsumen itu sendiri. Kualitas layanan dilakukan untuk memenuhi

kebutuhan dan keinginan konsumen yang diiringi dengan ketepatan dalam penyampaiannya agar dapat melampaui harapan konsumen (Putri & Astuti, 2017).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fakhrudin (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian lain yang dilakukan Solikha & Suprpta (2020) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H3 = Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) disebut metode kuantitatif karena data penelitiannya berbentuk numerik dan analisisnya menggunakan statistik. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei. Menurut Sugiyono (2013) metode survei adalah cara memperoleh data dari suatu tempat yang alami (non-buatan), namun peneliti melakukan tindakan ketika mengumpulkan data, seperti mengeluarkan kuesioner, wawancara, dan lain-lain. Kemudian pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan korelasi dan deskriptif yaitu penelitian yang dirancang untuk menentukan tingkat hubungan variabel-variabel yang berada dalam suatu populasi (Sumarsid & Paryanti, 2022).

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi adalah lokasi dimana penelitian dilakukan, dan Durasi Studi adalah lamanya waktu penelitian dilakukan. Penelitian dilakukan di Kecamatan Tanon, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2022 sampai selesai.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013) Populasi adalah suatu bidang generalis yang terdiri atas obyek-obyek atau subyek-subyek yang mempunyai kualitas dan ciri-ciri tertentu, yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil

kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang tinggal di Kecamatan Tanon yang jumlahnya sebesar 71.200 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau mewakili (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini berjumlah 71.200 sehingga untuk Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan menggunakan rumus slovin (Hafna, 2021). Dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kesalahan dalam pengambilan sampel (10%)

$$n = \frac{71.200}{1 + 71.200 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{71.200}{1 + 712}$$

$$n = \frac{71.200}{713}$$

n = 99,8 dibulatkan oleh peneliti menjadi 100

Dari hasil perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden yang pernah mengirimkan barang melalui jasa pengiriman J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam pengambilan sampel metode yang digunakan pada penelitian ini adalah probability sampling. Probability sampling adalah pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah random sampling. Random probability sampling adalah pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak tanpa memperhatikan strata (tingkatan) dalam anggota populasi tersebut (Hudiono, 2022). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan jasa pengiriman J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen. Kriteria responden yang diambil sebagai sampel adalah sebagai berikut :

1. Responden bertempat tinggal di Kecamatan Tanon Kabupaten Sragen
2. Responden yang pernah mengirim barang menggunakan jasa pengiriman J&T Express minimal 2 kali
3. Responden berada pada usia 17 tahun ke atas

3.5 Data dan Sumber Data

Terdapat dua data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama (Syafina & Harahap, 2019). Pada penelitian ini data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner dalam bentuk *google form*. Pada kuesioner tersebut

digunakan untuk membantu peneliti mengetahui bagaimana pengaruh harga, ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara seperti buku, artikel, website, laporan-laporan, dokumen, majalah ilmiah, jurnal penelitian, dan artikel yang berkaitan dengan penelitian (Syafina & Harahap, 2019).

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan menggunakan penyebaran kuesioner dalam bentuk *google form* dan disebarikan kepada pelanggan pada jasa pengiriman J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen. Menurut Sugiyono (2013) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2013). Setiap pertanyaan yang diberikan kepada responden mempunyai tingkat nilai dari sangat positif sampai sangat negatif seperti di bawah ini :

Tabel III.1
Skor Jawaban Kuesioner

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (ST)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

3.7 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) menyatakan variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel penelitian, yaitu variabel dependen dan variabel independen :

3.7.1 Variabel Independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2013). Variabel independen pada penelitian ini adalah Harga (X1), Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) dan kualitas pelayanan (X3).

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013). Variabel dependen pada penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan (Y).

3.8 Definisi Operasional Variabel

Tabel III.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka konsumen tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas (Lestari & Hutasuhut, 2021)	<ul style="list-style-type: none"> a. Kesesuaian harapan b. Minat berkunjung kembali c. Kesiediaan merekomendasikan (Kasinem, 2020)
Harga (X1)	Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang maupun jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukarkan konsumen atas manfaat karena telah memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Anshar, 2019)	<ul style="list-style-type: none"> a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk c. Daya saing harga dalam pasar d. Kesesuaian harga dengan manfaat (Kumrotin & Susanti, 2021)
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	Waktu pengiriman merupakan jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan (Aminah, Rafani, & Hariyani, 2017)	<ul style="list-style-type: none"> a. Transportasi yang digunakan b. Estimasi barang sampai ke penerima c. Jarak yang ditempuh (Deviana & Desitama, 2023)

Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan adalah suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki mutu apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan (Riyadin, 2019)	<ul style="list-style-type: none"> a. Bukti fisik b. Keandalan c. Ketanggapan d. Jaminan e. Empati (Sumarsid & Paryanti, 2022)
-------------------------	---	---

3.9 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data digunakan untuk menjawab pernyataan suatu pertanyaan atau untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam suatu proposal. Karena datanya bersifat kuantitatif, maka teknik analisis datanya menggunakan metode statistik yang ada. Ada dua jenis statistik yang digunakan dalam analisis data dalam penelitian, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial (Sugiyono, 2013).

Statistik deskriptif digunakan dalam penelitian ini dan model regresi linier berganda digunakan. Analisis regresi digunakan untuk memprediksi seberapa besar perubahan nilai variabel terikat ketika nilai variabel bebas berubah. Kemudian analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti memiliki tujuan untuk memprediksi bagaimana keadaan variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor di naik-turunkan nilainya (Sugiyono, 2013).

3.9.1 Statistik Deskriptif

Dalam laporan penelitian seperti makalah, statistik deskriptif sering dilakukan terhadap variabel-variabel yang digunakan sebelum membahas analisis utama model. Statistik Deskriptif Analisis data menggunakan mean, standar deviasi, varians, maksimum, minimum, maksimum, rentang kurtosis, dan distribusi skewed (Ghozali, 2021).

3.9.2 Uji Instrumen

Dalam penelitian ini terdapat dua bentuk uji instrumen yaitu Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dasar pengukuran pada Uji Validitas yaitu :

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 kuesioner dikatakan valid. Hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen pertanyaan berhubungan secara signifikan terhadap skor total.
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 kuesioner dikatakan tidak valid. Hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen pertanyaan tidak berhubungan secara signifikan terhadap skor total.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator variabel atau struktur. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau reliabel apabila tanggapan seseorang terhadap pernyataan-pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas semacam ini hanya dapat dilakukan terhadap permasalahan yang valid atau efektif. Teknik statistik yang digunakan untuk mengujinya adalah koefisien alpha Cronbach. Jika Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka kuesioner dikatakan reliabel (Syafina & Harahap, 2019).

3.9.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang digunakan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear Ordinary Least Square (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Analisis regresi yang tidak berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik atau regresi ordinal. Demikian juga tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada analisis regresi linear, misalnya uji multikolinearitas tidak dilakukan pada analisis regresi linear sederhana dan uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data cross sectional (Syafina & Harahap, 2019). Uji asumsi klasik terdiri dari beberapa uji yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Sebuah model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Cara uji normalitas adalah dengan menggunakan analisis grafik dan uji

statistik. Pengujian normalitas dengan analisis grafik dapat dengan melihat grafik histogram dan normal P-P Plot. Untuk grafik histogram dasar pengambilan keputusan adalah apabila grafik histogram tidak condong ke kiri dan ke kanan maka data penelitian berdistribusi normal, dan sebaliknya. Sedangkan normal P-P Plot adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan cara menguji normalitas dengan uji statistik adalah dengan uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria jika nilai sig. atau probabilitas $> 0,05$, maka data berdistribusi normal, dan jika nilai sig. atau probabilitas $< 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal (Syafina & Harahap, 2019).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Apabila nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas. Begitu juga sebaliknya apabila nilai tolerance $< 0,10$ dan VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas (Syafina & Harahap, 2019).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi yang digunakan terjadi tidak samaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut

heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit (Syafina & Harahap, 2019).

3.9.4 Uji Ketepatan Model

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah di antara 0 dan 1. Jika nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Namun jika nilai R^2 mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Syafina & Harahap, 2019).

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Untuk mencari nilai F tabel yaitu menggunakan probabilitas atau signifikansi 0,05 (Darma, 2021). Dasar pengambilan keputusan pada uji F adalah sebagai berikut :

- a. Bila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka variabel independen yang diuji memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen
- b. Bila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka variabel independen yang diuji tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Darma, 2021).

3.9.5 Uji Hipotesis

1. Uji Pengaruh (Uji T)

Uji t adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual atau parsial dapat menerangkan variasi variabel terikat. Adapun langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji t adalah:

- a. Jika nilai t hitung $>$ t tabel dan nilai Sig. $t < \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai t hitung $<$ t tabel dan nilai Sig. $t > \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Syafina & Harahap, 2019).

3.9.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel independen yang berjumlah lebih dari satu terhadap variabel dependen. Sehingga yang akan diketahui adalah pengaruh variabel independen : X1, X2, dan X3 terhadap variabel dependen Y (Sugiyono, 2013). Model regresi yang digunakan untuk menganalisis variabel pada penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

α = Koefisien konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi

X1	= Harga
X2	= Ketepatan waktu pengiriman
X3	= Kualitas pelayanan
ε	= Eror

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Hasil kajian pengaruh Harga, ketepatan waktu pengiriman, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen akan dijelaskan di bawah ini. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner online melalui *Google Form* kepada masyarakat Tanon Kabupaten Sragen yang telah menggunakan jasa kurir J&T minimal 2 kali.

Jumlah kuesioner yang diperoleh melalui *Google Form* adalah 106 responden, sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan perangkat lunak (yaitu SPSS versi 23 untuk Windows). Data tersebut kemudian dapat mengidentifikasi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan kelurahan. Identifikasi ini dilakukan untuk memahami profil umum responden dalam penelitian.

4.2 Karakteristik Responden Penelitian

Berdasarkan kuesioner yang disebar oleh peneliti, diperoleh data yang mengungkap distribusi responden berdasarkan demografi responden adalah sebagai berikut :

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data penelitian dari penyebaran kuesioner melalui *google form* maka diketahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel IV.1 dibawah ini :

Tabel IV.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-Laki	48 Responden	48%
2	Perempuan	52 Responden	52%
Jumlah		100 Responden	100%

Sumber : data primer (diolah), 2023

Tabel IV.1 menunjukkan bahwa dari 100 responden, jumlah responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 48 responden (48%), sedangkan perempuan sejumlah 52 responden (52%). Berdasarkan data diatas dapat diketahui jumlah responden perempuan yang ada di Kecamatan Tanon Kabupaten Sragen lebih dominan pernah melakukan pengiriman melalui jasa pengiriman J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen.

4.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Pada penelitian ini, karakteristik usia dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu usia 17-25 tahun, usia 26-35 tahun, usia 36-50 tahun Berikut ini adalah data tentang usia responden pada tabel VI.2

Tabel IV.2
Responden berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	17-25 tahun	80 responden	80,0%
2	26-35 tahun	17 responden	17,0%
3	36-50 tahun	3 responden	3,0%
Jumlah		100 Responden	100%

Sumber : data primer (diolah), 2023

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah responden yang berusia 17-25 tahun sebanyak 80 responden (80,0%), usia 26-35 tahun sebanyak 17 responden (17,0%), usia 36-50 tahun sebanyak 3 responden (3,0%). Responden yang paling mendominasi pada penelitian ini adalah yang berusia 17-25 tahun yaitu mencapai 80,0% dari keseluruhan responden. Kemudian jumlah responden paling sedikit adalah usia 26-35 tahun dan 36-50 tahun.

Berdasarkan hasil pada tabel VI.2 menunjukkan bahwa masyarakat di Kecamatan Tanon Kabupaten Sragen yang pernah melakukan pengiriman melalui jasa pengiriman J&T Express cabang Tanon didominasi oleh remaja dengan usia 17-25 tahun.

4.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Asal Kelurahan

Tempat tinggal atau domisili responden yang ada di Kabupaten Sragen di kelompokkan berdasarkan Kelurahan yang ada di Kecamatan Tanon, Kabupaten Sragen. Terdapat enam belas Kelurahan yang ada di Kecamatan Tanon yaitu, Kelurahan Bonagung, Kelurahan Gabungan, Kelurahan Gading, Kelurahan gawan, Kelurahan Jono, Kelurahan Kalikobok, Kelurahan Karangtalun, Kelurahan karangasem, Kelurahan Kecik, Kelurahan Ketro, Kelurahan Padas, Kelurahan Pengkol, Kelurahan Sambiduwur, Kelurahan Slogo, Kelurahan Suwatu, Kelurahan Tanon. Tabel VI.3 dibawah ini menunjukkan data mengenai tempat tinggal atau domisili responden :

Tabel IV.3
Responden berdasarkan Asal Kelurahan

No	Kelurahan	Jumlah	Presentase
1	Bonagung	3 Responden	3,0%
2	Gabugan	10 Responden	10,0%
3	Gading	6 Responden	6,0%
4	Gawan	3 Responden	3,0%
5	Jono	4 Responden	4,0%
6	Kalikobok	6 Responden	6,0%
7	Karangtalun	8 Responden	8,0%
8	Karangasem	7 Responden	7,0%
9	Kecik	3 Responden	3,0%
10	Ketro	4 Responden	4,0%
11	Padas	6 Responden	6,0%
12	Pengkol	7 Responden	7,0%
13	Sambiduwur	5 Responden	5,0%
14	Slogo	5 Responden	5,0%
15	Suwatu	8 Responden	8,0%
16	Tanon	15 Responden	15,0%
Jumlah		100 Responden	100%

Sumber : data primer (diolah), 2023

Berdasarkan data pada tabel VI.3 menunjukkan bahwa jumlah responden pada Kelurahan Bonagung sebanyak 3 responden (3,0%), Kelurahan Gabugan sebanyak 10 responden (10,0%), Kelurahan Gading sebanyak 6 responden (6,0%), Kelurahan Gawan sebanyak 3 responden (3,0%), Kecamatan Kelurahan Jono sebanyak 4 responden (4,0%), Kelurahan Kalikobok sebanyak 6 responden (6,0%), Kelurahan Karangtalun sebanyak 8 responden (8,0%), Kelurahan Karangasem sebanyak 7 responden (7,0%), Kelurahan Kecik sebanyak 3 responden (3,0%), Kelurahan Ketro sebanyak 4 responden (4,0%), Kelurahan Padas sebanyak 6 responden (6,0%), Kelurahan Pengkol sebanyak 7 responden (7,0%), Kelurahan Sambiduwur sebanyak

5 responden (5,0%), Kelurahan Slogo sebanyak 5 responden (5,0%), Kelurahan Suwatu sebanyak 8 (8,0%), Kelurahan Tanon sebanyak 15 responden (15%).

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa

Pengiriman J&T Express

Jumlah frekuensi responden yang menggunakan jasa pengiriman J&T Express pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel IV.4 dibawah:

Tabel IV.4
Responden berdasarkan Frekuensi Menggunakan Jasa Pengiriman J&T Express

No	Frekuensi	Jumlah	Presentase
1	2 Kali	39 responden	39%
2	5 Kali	25 responden	25%
3	> 10 Kali	36 responden	36%
Jumlah		100 responden	100%

Sumber : data primer (diolah), 2023

Berdasarkan data pada tabel IV.4 menunjukkan bahwa responden yang menggunakan J&T Express sebanyak 2 kali ada 39 orang (39%), kemudian responden yang menggunakan J&T Express sebanyak 5 kali ada 25 orang (25%) dan responden yang menggunakan J&T Express sebanyak >10 kali ada 36 orang (36%). Untuk total keseluruhan responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100%.

4.2.5 Karakteristik Responden berdasarkan Sudah Pernah Menggunakan

Jasa Pengiriman J&T Express

Jumlah responden yang sudah pernah menggunakan jasa pengiriman J&T Express pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel dibawah:

Tabel IV.5
Responden berdasarkan Sudah Pernah Menggunakan Jasa Pengiriman J&T Express

No	Sudah Pernah Menggunakan Jasa Pengiriman J&T Express	Jumlah	Presentase
1	Ya	100 responden	100%
2	Tidak	0 responden	0%
Jumlah		100 responden	100%

Sumber : data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel IV.5 sebanyak 100 responden dengan presentase 100% sudah pernah menggunakan jasa pengiriman J&T Express. Jadi keseluruhan mayoritas responden sudah menggunakan jasa pengiriman J&T Express cabang Tanon. Untuk total keseluruhan responden sebanyak 100 responden dengan presentase 100%

4.3 Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel digunakan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel harga, ketepatan waktu pengiriman, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Untuk mendapatkan rata-rata jawaban responden terhadap variabel tersebut, digunakan software SPSS versi 23 untuk melakukan uji statistik deskriptif. Berikut hasil analisis deskriptif jawaban responden :

4.3.1 Deskripsi Variabel Harga

Variabel Harga (X1) di ukur dengan empat indikator pernyataan yang dicantumkan dalam kuesioner untuk dibagikan kepada responden. Dibawah ini disajikan tabel penilaian terhadap empat indikator yang terdapat dalam variabel Harga :

Tabel IV.6
Penilaian Variabel Harga

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	TOTAL	MEAN
		1	2	3	4	5		
1	Harga yang di tawarkan J&T Express terjangkau bagi semua pelanggan	0	2	14	47	37	100	4,19
2	Harga yang diberikan J&T Express sudah sesuai dengan kualitas yang didapatkan	0	2	16	46	36	100	4,16
3	Harga jasa pengiriman J&T Express lebih murah dibanding jasa pengiriman pesaing	0	5	27	43	25	100	3,88
4	Harga yang diberikan J&T Express sudah sesuai dengan keamanan barang yang akan diterima	0	4	10	54	32	100	4,14

Sumber : data primer (diolah), 2023

Tabel IV.7
Statistik Variabel Harga

Keterangan	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
Range	3	3	3	3
Minimum	2	2	2	2
Maximum	5	5	5	5
Sum	419	416	388	414
Std. Deviation	0,7479	0,7617	0,8442	0,7523

Sumber : data primer (diolah), 2023

Pada tabel hasil analisis deskriptif diatas, dapat diketahui bahwa :

1. Tabel diatas menunjukkan hasil pengukuran indikator X1.1 yaitu “Harga yang ditawarkan J&T Express terjangkau bagi seluruh pelanggan”, dimana responden dominan memberikan nilai 4 (setuju) dengan jumlah responden 47 orang, dan memberikan minimal nilai 2 (tidak setuju) berjumlah 2 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih bersedia menyetujui dan menjawab pernyataan indikator pertama. Maka terlihat nilai rata-rata X1.1 sebesar 4,19 yang termasuk dalam kategori sangat baik/sangat tinggi, sehingga dapat dikatakan bahwa harga jasa transportasi J&T Express terjangkau bagi pelanggan.
2. Tabel di atas menunjukkan hasil untuk indikator X1.2 “Harga yang diberikan J&T Express sudah sesuai dengan kualitas yang didapatkan”, dimana responden paling banyak memberikan nilai 4 (Setuju) berjumlah 46 responden, dan memberikan paling sedikit nilai 2 (tidak setuju) berjumlah 2 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih bersedia menyetujui dan menjawab pernyataan pada indikator kedua. Dari sini X1.2 memiliki rata-rata sebesar 4,16 yang masuk dalam kategori sangat baik/sangat tinggi, dan dapat dikatakan harga yang ditawarkan J&T Express sepadan dengan kualitas yang didapat pelanggan.
3. Tabel diatas menunjukkan hasil untuk indikator X1.3 “Harga jasa pengiriman J&T Express lebih murah dibanding jasa pengiriman pesaing”, responden dominan memberikan nilai 4 (Setuju) berjumlah 43 responden. Sedangkan yang memberikan nilai 2 (tidak setuju) berjumlah 5 responden.

Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih bersedia menyetujui dan menjawab pernyataan pada indikator ketiga. Kemudian mengetahui nilai rata-rata X1.3 sebesar 3,88 yang termasuk dalam kategori sangat baik/sangat tinggi maka dapat dikatakan harga J&T Express lebih murah dibandingkan dengan yang ditawarkan kompetitor.

4. Tabel diatas menyajikan hasil untuk indikator X1.4 “Harga yang diberikan J&T Express sudah sesuai dengan keamanan barang yang akan diterima”, dimana responden paling banyak memberikan nilai 4 (Setuju) berjumlah 54 responden, sedangkan 4 Responden memberi nilai minimal 2 (tidak setuju). Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih bersedia menyetujui dan menjawab pernyataan pada indikator keempat. Maka terlihat nilai rata-rata X1.4 sebesar 4,14 yang termasuk dalam kategori sangat baik/sangat tinggi, dapat dikatakan bahwa harga J&T Express sesuai dengan keamanan barang yang diterima pelanggan.
5. Diantara keempat indikator tersebut dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang terbaik adalah responden memilih pernyataan “Harga yang di tawarkan J&T Express terjangkau bagi semua pelanggan” dengan jumlah 419 dan rata-rata 4,19. Sedangkan klaim yang tidak disetujui bahwa “Harga jasa pengiriman J&T Express lebih murah dibanding Jjasa pengiriman pesaing” dengan jumlah 388 dan rata-rata 3,88.

4.3.2 Deskripsi Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman

Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) diukur dengan tiga indikator pernyataan yang dicantumkan pada kuesioner untuk dibagikan kepada responden.

Dibawah ini ditampilkan tabel penilaian terhadap tiga indikator yang ada dalam variabel Ketepatan Waktu Pengiriman :

Tabel IV.8
Penilaian Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	TOTAL	MEAN
		1	2	3	4	5		
1	Transportasi yang digunakan J&T Express cukup memadai untuk mengantarkan barang ke tujuan	1	1	3	50	45	100	4,37
2	Barang yang diterima sudah sesuai dengan estimasi yang diberikan oleh J&T Express	1	0	5	51	43	100	4,35
3	Biaya yang dibebankan kepada pelanggan diukur melalui jarak barang diantar sampai ke penerima	3	3	12	52	30	100	4,03

Sumber : data primer (diolah), 2023

Tabel IV.9
Statistik Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman

Keterangan	X2.1	X2.2	X2.3
Range	4	4	4
Minimum	1	1	1
Maximum	5	5	5
Jumlah	437	435	403
Std. Deviation	0,6192	0,6723	0,9040

Sumber : data primer (diolah), 2023

Pada tabel hasil analisis deskriptif diatas, dapat diketahui bahwa :

1. Tabel diatas menunjukkan hasil untuk ukuran X2.1 yaitu “Transportasi yang digunakan J&T Express cukup memadai untuk mengantarkan barang ke tujuan”, dimana responden banyak memberikan nilai 4 (setuju) berjumlah 50 responden dan memberikan nilai 1 (sangat tidak setuju) berjumlah 1 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih bersedia menyetujui dan menjawab pernyataan indikator pertama. Kemudian diketahui nilai mean X2.1 sebesar 4,37 termasuk ke dalam kategori sangat baik/sangat tinggi, dapat dikatakan bahwa transportasi yang digunakan J&T Express sudah memadai untuk mengantar barang ketujuan.
2. Tabel di atas menunjukkan hasil untuk indikator X2.2 “Pengiriman diterima sesuai estimasi J&T Express”, dimana responden banyak memberikan nilai 4 (setuju) berjumlah 51 responden, dan memberikan nilai minimal sebesar 1 (sangat tidak setuju) berjumlah 1 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih bersedia menyetujui dan menjawab pernyataan indikator kedua. Maka terlihat nilai rata-rata X2.2 sebesar 4,35 termasuk dalam kategori sangat baik/sangat tinggi, dan dapat dikatakan barang yang diterima sesuai dengan perkiraan yang diberikan oleh J&T Express.
3. Tabel diatas menunjukkan hasil dari indikator X2.3 “Biaya yang dibebankan kepada pelanggan diukur berdasarkan jarak penyerahan barang sampai ke penerima” responden dominan memberikan nilai 4 (setuju) dengan jumlah 52 responden. Sedangkan memberikan nilai paling rendah 1 (sangat tidak setuju) berjumlah 3 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih bersedia

menyetujui dan menjawab pernyataan pada indikator ketiga. Maka terlihat nilai mean X2.3 4.03 termasuk dalam kategori sangat baik/sangat tinggi, dan dapat dikatakan bahwa biaya yang dibebankan kepada pelanggan diukur dari jarak pengiriman barang ke pelanggan.

4. Di antara ketiga indikator tersebut dapat disimpulkan bahwa pernyataan terbaik adalah pernyataan “transportasi yang digunakan J&T Express cukup untuk mengantarkan barang sampai tujuan” dipilih oleh responden dengan jumlah 437 dan rata-rata 4,37. Namun yang tidak disetujui adalah pernyataan “biaya yang dibebankan kepada pelanggan diukur melalui jarak barang diantar sampai ke penerima” dengan jumlah 403 dan rata-rata 4,03.

4.3.3 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel Kualitas Pelayanan (X3) diukur dengan lima indikator pernyataan yang dicantumkan pada kuesioner untuk dibagikan kepada responden. Dibawah ini ditampilkan tabel penilaian terhadap lima indikator yang ada dalam variabel Kepuasan Pelanggan :

Tabel IV.10
Penilaian Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	TOTAL	MEAN
		1	2	3	4	5		
1	Karyawan J&T Express secara ramah dan profesional dalam melayani pelanggan	0	2	17	50	31	100	4,16
2	Proses transaksi dan pengiriman barang di J&T Express	0	1	11	51	37	100	4,19

	dilakukan dengan cepat dan teliti							
3	Karyawan J&T Express selalu sigap dan siap dalam membantu pelanggan	1	2	14	57	26	100	4,05
4	J&T Express bertanggung jawab penuh terhadap keamanan barang dalam pengiriman	0	2	19	52	27	100	4,04
5	Karyawan J&T Express memberikan perhatian yang baik kepada para pelanggan	0	1	12	58	29	100	4,11

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Tabel IV.11
Statistik Variabel Kualitas Pelayanan

Keterangan	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5
Range	3	3	4	3	3
Minimum	2	2	1	2	2
Maximum	5	5	5	5	5
Jumlah	416	419	405	404	411
Std. Deviation	0,7748	0,6620	0,7571	0,7374	0,6339

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Pada tabel hasil analisis deskriptif diatas, dapat diketahui bahwa :

1. Tabel diatas menunjukkan hasil pengukuran indikator X3.1 yaitu “Karyawan J&T Express secara ramah dan profesional dalam melayani pelanggan”, dimana responden dominan memberikan nilai 4 (setuju) dengan jumlah 50

responden, dan memberikan nilai paling sedikit yaitu nilai 2 (tidak setuju) dengan total 2 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih bersedia menyetujui dan menjawab pernyataan indikator pertama. Dari sini diperoleh rata-rata X3.1 sebesar 4,16 yang termasuk dalam kategori Sangat Baik/Sangat Tinggi, dan dapat dikatakan karyawan J&T Express ramah dan profesional dalam melayani pelanggan.

2. Tabel diatas menunjukkan hasil pengukuran indikator X3.2 “Proses transaksi J&T Express dan pengiriman barang dilakukan dengan cepat dan teliti”, dimana responden paling banyak memberikan nilai 4 (setuju), sebanyak 51 responden dan paling sedikit memberikan nilai 2 (tidak setuju) sebanyak 1 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih bersedia menyetujui dan menjawab pernyataan indikator kedua. Maka terlihat nilai rata-rata X3.2 sebesar 4,19 termasuk dalam kategori sangat baik/sangat tinggi, dapat dikatakan proses transaksi dan pengiriman barang oleh J&T Express dilakukan dengan cepat dan teliti.
3. Tabel diatas menyajikan hasil untuk indikator X3.3 “Karyawan J&T Express selalu sigap dan siap dalam membantu pelanggan” yang menunjukkan bahwa responden dominan memberikan nilai 4 (Setuju) dengan jumlah responden sebanyak 57 responden dan memberikan nilai minimal sebesar 1 (sangat tidak setuju), terdapat 1 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih bersedia menyetujui dan menjawab pernyataan pada indikator ketiga. Kemudian mengetahui rata-rata X3,3 sebesar 4,05 berada pada kategori

sangat baik/sangat tinggi maka dapat dikatakan karyawan J&T Express selalu sigap dan siap membantu pelanggan.

4. J&T Express bertanggung jawab penuh atas keselamatan barang dalam pengiriman”, menyatakan bahwa responden dominan memberikan skor 4 (setuju) sebanyak 52 responden dan memberikan minimal nilai 2 (tidak setuju) berjumlah 2 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih bersedia untuk menyetujui dan menjawab pernyataan pada indikator keempat, maka dapat diketahui bahwa rata-rata nilai X3.4 sebesar 4.04 termasuk dalam kategori sangat baik/sangat tinggi, dan dapat dikatakan bahwa mengatakan bahwa J&T Express sangat baik dalam pengiriman barang. Bertanggung jawab penuh atas keselamatan dalam prosesnya.
5. Tabel diatas menunjukkan hasil untuk indikator X3.5 “Karyawan J&T Express memberikan perhatian yang baik kepada para pelanggan”, dimana responden utama memberikan nilai 4 (Setuju) dan sebanyak 58 responden dan memberikan nilai minimal 2 (Tidak Setuju).) Sebanyak 1 orang yang diwawancarai. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih bersedia menyetujui dan menjawab pernyataan pada indikator keempat. Kemudian mengetahui nilai rata-rata X3.5 sebesar 4,11 berada pada kategori sangat baik/sangat tinggi maka dapat dikatakan karyawan J&T Express sangat fokus pada pelanggan.
6. Dari kelima indikator tersebut dapat disimpulkan bahwa responden memilih pernyataan bahwa “proses transaksi dan pengiriman barang di J&T Express dilakukan dengan cepat dan teliti” dengan total nilai 419 dan rata-rata 4,19.

Sedangkan yang tidak disetujui adalah pernyataan “J&T Express bertanggung jawab penuh atas keamanan barang dalam pengiriman” dengan jumlah 404 dan rata-rata 4,04.

4.3.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) diukur dengan tiga indikator pernyataan yang dicantumkan pada kuesioner untuk dibagikan kepada responden. Di bawah ini ditampilkan tabel penilaian terhadap tiga indikator yang ada dalam variabel Kepuasan Pelanggan :

Tabel IV.12
Penilaian Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	TOTAL	MEAN
		1	2	3	4	5		
1	Barang yang di kirim J&T Express tidak pernah tertukar dengan barang yang dipesan orang lain	1	2	8	41	48	100	4,33
2	Saya akan menggunakan kembali jasa pengiriman J&T Express jika akan mengirim barang	0	1	8	50	41	100	4,31
3	Saya bersedia merekomendasikan J&T Express kepada orang lain karena pengiriman paket yang cepat dan memuaskan	0	1	11	49	39	100	4,26

Sumber : data primer (diolah), 2023

Tabel IV.13
Statistik Variabel Kepuasan Pelanggan

Keterangan	Y.1	Y.2	Y.3
Range	4	3	3
Minimum	1	2	2
Maximum	5	5	5
Jumlah	433	431	426
Std. Deviation	0,7920	0,6620	0,690

Sumber : data primer (diolah), 2023

Pada tabel hasil analisis deskriptif diatas, dapat diketahui bahwa :

1. Tabel diatas menunjukkan hasil pengukuran indikator Y.1 yaitu “Barang yang dikirim J&T Express tidak pernah tertukar dengan barang yang dipesan orang lain”, dimana responden paling banyak memberikan nilai 5 (sangat setuju) berjumlah 48 dan minimal memberikan nilai 1 (sangat tidak setuju) berjumlah 1 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih bersedia menyetujui dan menjawab pernyataan indikator pertama. Maka terlihat nilai rata-rata Y.1 sebesar 4,33 yang termasuk dalam kategori sangat baik/sangat tinggi, dapat dikatakan barang yang dikirim oleh J&T Express belum pernah ditukar dengan barang pesanan orang lain.
2. Tabel di atas menyajikan hasil pengukuran pada indikator Y.2 “Saya akan menggunakan kembali jasa pengiriman J&T Express jika akan mengirim barang” yang menunjukkan bahwa responden dominan memberikan nilai 4 (setuju) sebanyak 50 responden, sedangkan memberikan minimal nilai 2 (tidak setuju) sebanyak 1 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih bersedia menyetujui dan menjawab pernyataan indikator kedua. Maka terlihat nilai rata-rata Y.2 sebesar 4,31 yang termasuk dalam kategori sangat

baik/sangat tinggi, dapat dikatakan pelanggan akan menggunakan kembali jasa transportasi J&T Express apabila ingin melakukan pengiriman barang.

3. Tabel di atas menunjukkan hasil pengukuran indikator Y.3 “Saya bersedia merekomendasikan J&T Express kepada orang lain karena pengiriman paket yang cepat dan memuaskan” menunjukkan bahwa responden dominan memberikan nilai 4 (setuju) sebanyak 49 responden. Sedangkan memberikan nilai paling sedikit nilai 2 (tidak setuju) berjumlah 1 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih bersedia menyetujui dan menjawab pernyataan pada indikator ketiga. Kemudian diketahui rata-rata nilai Y.3 sebesar 4,26 masuk dalam kategori sangat baik/sangat tinggi, dapat dikatakan saya bersedia merekomendasikan J&T Express kepada orang lain karena pengiriman paket yang cepat dan memuaskan.
4. Di antara ketiga indikator tersebut, pernyataan terbaik adalah pernyataan responden memilih “Barang yang di kirim J&T Express tidak pernah tertukar dengan barang yang dipesan orang lain”, dengan jumlah sebanyak 433 buah dan rata-rata 4,33. Namun yang tidak disetujui adalah pernyataan “Saya bersedia merekomendasikan J&T Express kepada orang lain karena pengiriman paket yang cepat dan memuaskan” dengan total 426 dan rata-rata 4,26.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah kuesioner tersebut valid. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaan didalamnya

mengungkapkan apa yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut. Dasar pengukuran efektivitas pengujian adalah:

1. Apabila r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikansi 0,05 kuesioner dikatakan valid. Hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen pertanyaan berhubungan secara signifikan terhadap skor total.
 2. Apabila r hitung $<$ r tabel dengan taraf signifikansi 0,05 kuesioner dikatakan tidak valid. Hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen pertanyaan tidak berhubungan secara signifikan terhadap skor total (Syafina & Harahap, 2019).
- Uji validitas pada penelitian ini menggunakan nilai r -tabel dengan nilai signifikansi 0,05, ukuran data (n) = 100, dan $df = n-2$ sehingga menghasilkan r -tabel sebesar 0,1966 dan hasil uji validitas dalam **penelitian** ini :

Tabel IV.14
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,768	0,1966	Valid
	X1.2	0,728	0,1966	Valid
	X1.3	0,725	0,1966	Valid
	X1.4	0,675	0,1966	Valid
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	X2.1	0,698	0,1966	Valid
	X2.2	0,780	0,1966	Valid
	X2.3	0,823	0,1966	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0,674	0,1966	Valid
	X3.2	0,583	0,1966	Valid
	X3.3	0,743	0,1966	Valid
	X3.4	0,579	0,1966	Valid
	X3.5	0,583	0,1966	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,732	0,1966	Valid
	Y.2	0,791	0,1966	Valid
	Y.3	0,780	0,1966	Valid

Sumber : data primer (diolah), 2023

Terlihat dari tabel diatas, hasil uji validitas penelitian ini adalah nilai seluruh alat pernyataan pada variabel harga, ketepatan waktu pengiriman, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah r hitung $>$ r tabel, sehingga dapat dikatakan bahwa itu valid dan tidak tersedia untuk penelitian.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator variabel atau struktur. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau reliabel apabila tanggapan seseorang terhadap pernyataan-pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas semacam ini hanya dapat dilakukan terhadap permasalahan yang valid atau efektif. Teknik statistik yang digunakan untuk mengujinya adalah koefisien alpha Cronbach. Suatu kuesioner dikatakan reliable jika Cronbach's Alpha $>$ 0,60 (Syafina & Harahap, 2019).

Berikut adalah hasil uji reliabilitas pada penelitian ini yang disajikan oleh tabel IV.15

Tabel IV.15
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar Reliabel	Keterangan
1	Harga	0,697	0,60	Reliabel
2	Ketepatan Waktu Pengiriman	0,643	0,60	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan	0,628	0,60	Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan	0,642	0,60	Reliabel

Sumber : data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan hasil nilai *Cronbach alpha* $>$ 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan angket penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

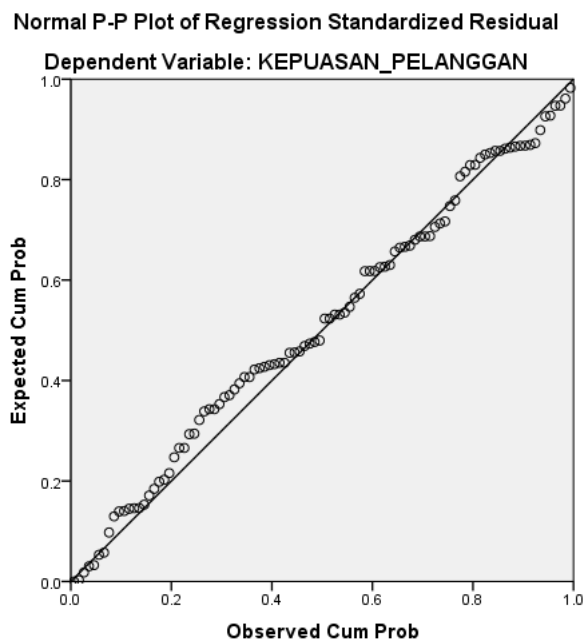
4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* atau dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Normal P-Plot adalah sebagai berikut

1. Uji normalitas dengan metode grafik yaitu dengan melihat penyebaran titik pada garis diagonal. Jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut dikatakan normal.
2. Uji normalitas dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan melihat nilai residual dan membandingkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,05. Jika nilai residual $> 0,05$ maka data dikatakan normal (Priyatno, 2022).

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas



Sumber : data primer (diolah), 2023

Berdasarkan grafik uji normalitas P-Plot, memperlihatkan bahwa titik-titik distribusi data mengikuti garis diagonal. Sehingga bisa dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel IV.16
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.21027776
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.054
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.161 ^c

Sumber : data primer (diolah), 2023

Dari tabel uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* terlihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,161. Ini memperlihatkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dirancang untuk mengukur apakah terdapat hubungan yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi linier berganda. Beberapa kriteria untuk mendeteksi multikolinearitas pada suatu model adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 dan nilai tolerance < 0,1 maka model terjadi multikolinearitas

2. Bila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai tolerance > 0,1 maka model terbebas dari multikolinearitas (Priyatno, 2022).

Tabel IV.17
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.689	1.372		.503	.616		
Harga	.168	.059	.228	2.830	.006	.868	1.153
Ketepatan Waktu Pengiriman	.263	.075	.280	3.507	.001	.885	1.130
Kualitas Pelayanan	.297	.062	.410	4.797	.000	.776	1.289

Sumber : data primer (diolah), 2023

Dari tabel uji multikolinearitas pada Tabel IV.16 terlihat nilai toleransi variabel harga (X1) sebesar 0,868 dan nilai VIF sebesar 1,153 maka nilai toleransi variabel pengaruh waktu (X2) adalah 0,885, dan nilai VIF sebesar 1,153. adalah 1,130, variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,776, dan nilai VIF sebesar 1,289. Dari hasil tersebut terlihat nilai toleransi > 0,1 dan nilai VIF < 10 maka dapat dikatakan bahwa uji multikolinearitas pada penelitian ini tidak menunjukkan adanya multikolinearitas atau tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Ada beberapa cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, salah satunya adalah uji spearman rho. Uji heteroskedastisitas menguji variansi yang tidak sama antara sisa pengamatan yang satu dengan sisa pengamatan yang lain pada model regresi yang digunakan. Jika varians antara residu pengamatan yang

satu dengan pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika tidak maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Model yang baik diperoleh jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, misalnya mengelompok di tengah, menyempit lalu melebar, atau sebaliknya melebar lalu menyempit (Syafina & Harahap, 2019).

Tabel IV.18
Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Harga	Ketepatan Waktu Pengiriman	Kualitas Pelayanan	Unstandardized Residual
Harga	Correlation Coefficient	1.000	-.012	.389**	-.123
	Sig. (2-tailed)	.	.904	.000	.223
	N	100	100	100	100
Ketepatan Waktu Pengiriman	Correlation Coefficient	-.012	1.000	.127	.038
	Sig. (2-tailed)	.904	.	.209	.710
	N	100	100	100	100
Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	.389**	.127	1.000	-.131
	Sig. (2-tailed)	.000	.209	.	.194
	N	100	100	100	100
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.123	.038	-.131	1.000
	Sig. (2-tailed)	.223	.710	.194	.
	N	100	100	100	100

Sumber : data primer (diolah), 2023

Terlihat dari tabel uji heteroskedastisitas bahwa ketika variabel harga (X1) memperoleh nilai sig sebesar 0,223 berarti nilai sig $> 0,05$, dan ketika variabel waktu pengiriman (X2) memperoleh nilai sig sebesar 0,710 maka hal ini menunjukkan nilai sig $> 0,05$. $> 0,05$ dan nilai sig sebesar 0,194 untuk variabel kualitas pelayanan (X3) menunjukkan nilai sig $> 0,05$. Oleh karena itu, dapat

dikatakan bahwa uji heteroskedastisitas pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.6 Uji Ketepatan Model

4.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur kemampuan model dalam menjelaskan perubahan variabel terikat. Nilai koefisien determinasinya antara 0 sampai dengan 1. Jika nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas (Syafina & Harahap, 2019).

Tabel IV.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	.457	.440	1.22904

Sumber : data primer (diolah), 2023

Terlihat dari tabel Uji Koefisien determinasi, rangkuman model menunjukkan Adjusted R Square sebesar 0,440. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel harga (X1) terhadap ketepatan waktu pengiriman (X2) dan kualitas pelayanan (X3) memberikan kontribusi sebesar 44% terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), sedangkan sisanya sebesar 56% merupakan kontribusi variabel lain yang ada. dalam penelitian ini Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel.

4.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Untuk mencari nilai F tabel yaitu menggunakan probabilitas atau signifikansi 0,05 (Darma, 2021). Dasar pengambilan keputusan pada uji F adalah sebagai berikut :

1. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel independen yang diuji memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen
2. Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variabel independen yang diuji tidak memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Darma, 2021)

Tabel IV.20
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	121.988	3	40.663	26.919	.000 ^b
Residual	145.012	96	1.511		
Total	267.000	99			

Sumber : data primer (diolah), 2023

Terlihat dari tabel uji F pada tabel VI.22 diperoleh F_{hitung} sebesar 26,919 dan F_{tabel} sebesar 2,70. Nilai tersebut diperoleh df_1 (banyaknya variabel - 1) = 3 dan df_2 (N - banyak variabel) = 96, sehingga dikatakan $F_{hitung} > F_{tabel}$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independen harga (X1), ketepatan waktu pengiriman (X2) dan kualitas pelayanan (X3) mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y). Hal ini juga menunjukkan bahwa model yang dibuat sudah baik.

Hasil uji F pada penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilai $sig < 0,05$ menunjukkan H_a diterima dan H_o ditolak sehingga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Harga (X1) dan Ketepatan

Waktu. Pengiriman (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y) Secara Bersamaan atau Bersamaan.

4.7 Uji Hipotesis (Uji T)

Uji t adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual atau parsial dapat menerangkan variasi variabel terikat. Adapun langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji t adalah:

1. Jika nilai t hitung $>$ t tabel dan nilai Sig. $t < \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai t hitung $<$ t tabel dan nilai Sig. $t > \alpha = 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Syafina & Harahap, 2019).

Mencari nilai t-tabel dengan menentukan df menggunakan rumus $df = n-k$ (jumlah sampel - jumlah variabel keseluruhan). Jadi t tabel dari df 96 dengan probabilitas 0,050 sebesar 1,6608.

Tabel IV.21
Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.689	1.372		.503	.616
Harga	.168	.059	.228	2.830	.006
Ketepatan Waktu Pengiriman	.263	.075	.280	3.507	.001
Kualitas Pelayanan	.297	.062	.410	4.797	.000

Sumber : data primer (diolah), 2023

Dari data diatas, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Tabel 4.24 menunjukkan hasil bahwa thitung variabel harga (X1) sebesar 2.830 dengan signifikansi 0,006. Dari nilai tersebut terlihat bahwa thitung > dari ttabel yaitu 1,6608, sedangkan nilai signifikansinya 0,006 < dari 0,05. Oleh karena itu, berdasarkan hasil tersebut, H0 ditolak dan Ha diterima, yang memperlihatkan bahwa harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2. Tabel 4.24 menunjukkan hasil bahwa thitung variabel ketepatan waktu pengiriman (X2) sebesar 3.507 dengan signifikansi 0,001. Dari nilai tersebut terlihat bahwa thitung > dari ttabel yaitu 1,6608, sedangkan nilai signifikansinya 0,001 < dari 0,05. Oleh karena itu, berdasarkan hasil tersebut, H0 ditolak dan Ha diterima, yang memperlihatkan bahwa ketepatan waktu pengiriman (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
3. Tabel 4.24 menunjukkan hasil bahwa thitung variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 4,797 dengan signifikansi 0,000. Dari nilai tersebut terlihat bahwa thitung > dari ttabel yaitu 1,6608, sedangkan nilai signifikansinya 0,000 < dari 0,05. Oleh karena itu, berdasarkan hasil tersebut, H0 ditolak dan Ha diterima, yang memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

4.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Sehingga yang akan kita

ketahui adalah pengaruh variabel bebas: X1 dan X2 terhadap variabel terikat Y (Sinambela, 2021).

Tabel IV.22
Hasil Analisis Regresi Linier

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.689	1.372		.503	.616
Harga	.168	.059	.228	2.830	.006
Ketepatan Waktu Pengiriman	.263	.075	.280	3.507	.001
Kualitas Pelayanan	.297	.062	.410	4.797	.000

Sumber : data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel analisis regresi linier pada tabel IV.21, maka didapatkan persamaan sebesar :

$$Y = 0,689 + 0,168X_1 + 0,263X_2 + 0,297X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = Harga

X2 = Ketepatan Waktu Pengiriman

X3 = Kualitas Pelayanan

e = Nilai Error

Dari hasil pengujian di atas dapat dilihat bahwa koefisien harga (X1) bertanda positif sebesar 0,168. Oleh karena itu, jika variabel harga (X1) bertambah sebesar 1 satuan yang memperlihatkan pengaruh positif terhadap hasil, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) juga akan bertambah sebesar 0,168.

Dari hasil pengujian di atas dapat dilihat bahwa koefisien ketepatan waktu pengiriman (X2) bertanda positif sebesar 0,263. Oleh karena itu, jika variabel

ketepatan waktu pengiriman (X2) bertambah sebesar 1 satuan yang memperlihatkan pengaruh positif terhadap hasil, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) juga akan bertambah sebesar 0,263.

Dari hasil pengujian di atas dapat dilihat bahwa koefisien kualitas pelayanan (X3) bertanda positif sebesar 0,297. Oleh karena itu, jika variabel kualitas pelayanan (X3) bertambah sebesar 1 satuan yang memperlihatkan pengaruh positif terhadap hasil, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) juga akan bertambah sebesar 0,297.

4.9 Analisis dan Pembahasan

4.9.1 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan (Hipotesis 1)

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa thitung variabel harga (X1) sebesar 2.830 dengan signifikansi 0,006. Dari nilai tersebut dapat dilihat nilai thitung $>$ dari nilai ttabel 1,6608, sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,006 $<$ dari nilai α yang besarnya 0,05. Sehingga berdasarkan hasil tersebut maka Hipotesis 1 diterima dan pernyataan mengenai “harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen” telah terbukti.

Hal itu dapat dijelaskan melalui hasil pernyataan-pernyataan yang telah dijawab oleh responden yang mana pernyataan bahwa “ **harga yang di tawarkan J&T Express terjangkau bagi semua pelanggan**” dengan nilai 5 (sangat setuju) berjumlah 37 orang, memberikan nilai 4 (setuju) sebanyak 47 orang, nilai 3 (netral) 14 orang dan nilai paling rendah 2 (tidak setuju) sebanyak 2 orang dengan nilai rata-rata sebesar 4,19 yang mana termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Kemudian pernyataan **“harga yang diberikan J&T Express sudah sesuai dengan kualitas yang didapat”** dengan nilai 5 (sangat setuju) 36 orang, nilai 4 (setuju) 46 orang, nilai 3 (netral) 16 orang dan nilai 2 (tidak setuju) 2 orang dengan nilai rata-rata sebesar 4,16 yang mana sudah termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Pernyataan **“harga jasa pengiriman J&T Express lebih murah dibanding jasa pengiriman pesaing”** dengan nilai 5 (sangat setuju) 25 orang. Nilai 4 (setuju) 43 orang, nilai 3 (netral) 27 orang dan nilai 2 (tidak setuju) sebanyak 5 orang dengan nilai rata-rata sebanyak 3,88 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Sedangkan pernyataan **“harga yang diberikan J&T Express sudah sesuai dengan keamanan barang yang akan diterima”** dengan nilai 5 (setuju) 32 orang, nilai 4 (setuju) 54 orang, nilai 3 (netral) 10 orang dan nilai 2 (tidak setuju) sebanyak 4 orang dengan nilai rata-rata 4,14. Dari seluruh jawaban responden mengenai variabel harga pernyataan yang memiliki nilai paling tinggi dan paling berpengaruh yaitu pernyataan pertama, sehingga hasil ini mendukung hipotesis 1 yang menyatakan harga mempengaruhi kepuasan pelanggan J&T Express cabang Tanon.

Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh dilakukan Ardila & Irawan (2022) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan dengan hasil perhitungan uji hipotesis (uji t) yang di sajikan pada penelitian ini bahwa nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $3,192 > 1,977$ dengan signifikan ($0,002 < 0,05$). Sehingga dari hasil yang diperoleh maka harga memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo, Susanto & Maharani (2021) yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara iklan terhadap minat beli konsumen

dengan hasil perhitungan nilai t-hitung 4,034 lebih besar dari t-tabel 1,975 dimana H_0 ditolak dan H_a diterima berarti ada pengaruh secara linier antara harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.9.2 Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan (Hipotesis 2)

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa thitung variabel ketepatan waktu pengiriman (X_2) sebesar 3,507 dengan signifikansi 0,001. Dari nilai tersebut dapat dilihat nilai thitung > dari nilai ttabel 1,6608, sedangkan nilai signifikansi sebesar $0,001 <$ dari nilai α yang besarnya 0,05. Sehingga berdasarkan hasil tersebut maka Hipotesis 2 diterima dan pernyataan mengenai “ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen” telah terbukti.

Hal itu dapat dijelaskan melalui hasil pernyataan-pernyataan yang telah dijawab oleh responden yang mana pernyataan bahwa “**transportasi yang digunakan J&T Express cukup memadai untuk mengantarkan barang ke tujuan**” dengan nilai 5 (sangat setuju) berjumlah 45 orang, memberikan nilai 4 (setuju) sebanyak 50 orang, nilai 3 (netral) 3 orang, nilai 4 (tidak setuju) 1 orang dan nilai paling rendah 1 (sangat tidak setuju) sebanyak 1 orang dengan nilai rata-rata sebesar 4,37 yang mana termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Kemudian pernyataan “**barang yang diterima sudah sesuai dengan estimasi yang diberikan oleh J&T Express**” dengan nilai 5 (sangat setuju) 43 orang, nilai 4 (setuju) 51 orang, nilai 3 (netral) 5 orang dan nilai 1 (sangat tidak setuju) 1 orang

dengan nilai rata-rata sebesar 4,35 yang mana sudah termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Sedangkan pernyataan **“biaya yang dibebankan kepada pelanggan diukur melalui jarak barang diantar sampai ke penerima”** dengan nilai 5 (sangat setuju) 30 orang. Nilai 4 (setuju) 52 orang, nilai 3 (netral) 12 orang, nilai 2 (tidak setuju) sebanyak 3 orang dan nilai 1 (sangat tidak setuju) 3 orang dengan nilai rata-rata sebanyak 4,03 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dari seluruh jawaban responden mengenai variabel ketepatan waktu pengiriman pernyataan yang memiliki nilai paling tinggi dan paling berpengaruh yaitu pernyataan pertama, sehingga hasil ini mendukung hipotesis 2 yang menyatakan ketepatan waktu pengiriman mempengaruhi kepuasan pelanggan J&T Express cabang Tanon.

Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Akbar, Muhajirin & Muniarty (2022) yang menyatakan bahwa variabel ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan perhitungan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($3,342 > 1,986$) dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Sehingga dari hasil yang diperoleh maka ketepatan waktu pengiriman memberi pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Mawarni & Adi (2022) yang menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan perhitungan nilai-nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4.9.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Hipotesis 3)

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa thitung variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 4,797 dengan signifikansi 0,000. Dari nilai tersebut dapat dilihat nilai thitung > dari nilai ttabel 1,6608, sedangkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha$ yang besarnya 0,05. Sehingga berdasarkan hasil tersebut maka Hipotesis 3 diterima dan pernyataan mengenai “kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express cabang Tanon Kabupaten Sragen” telah terbukti.

Hal itu dapat dijelaskan melalui hasil pernyataan-pernyataan yang telah dijawab oleh responden yang mana pernyataan bahwa “ **karyawan J&T Express secara ramah dan profesional dalam melayani pelanggan**” dengan nilai 5 (sangat setuju) berjumlah 37 orang, memberikan nilai 4 (setuju) sebanyak 44 orang, nilai 3 (netral) 17 orang dan nilai paling rendah 2 (tidak setuju) sebanyak 2 orang dengan nilai rata-rata sebesar 4,16 yang mana termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Kemudian Pernyataan “**proses transaksi dan pengiriman barang di J&T Express dilakukan dengan cepat dan teliti**” dengan nilai 5 (sangat setuju) 32 orang, nilai 4 (setuju) 56 orang, nilai 3 (netral) 11 orang dan nilai 2 (tidak setuju) 1 orang dengan nilai rata-rata sebesar 4,19 yang mana sudah termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Pernyataan “**karyawan J&T Express selalu sigap dan siap dalam membantu pelanggan**” dengan nilai 5 (sangat setuju) 26 orang. Nilai 4 (setuju) 57 orang, nilai 3 (netral) 14 orang, nilai 2 (tidak setuju) sebanyak 2 orang dan nilai 1

(sangat tidak setuju) 1 orang dengan nilai rata-rata sebanyak 4,05 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi.

Sedangkan pernyataan **“J&T Express bertanggung jawab penuh terhadap keamanan barang dalam pengiriman”** dengan nilai 5 (setuju) 27 orang, nilai 4 (setuju) 52 orang, nilai 3 (netral) 19 orang dan nilai 2 (tidak setuju) sebanyak 2 orang dengan nilai rata-rata 4,04.

Pernyataan **“karyawan J&T Express memberikan perhatian yang baik kepada para pelanggan”** dengan nilai 5 (setuju) 25 orang, nilai 4 (setuju) 62 orang, nilai 3 (netral) 12 orang dan nilai 2 (tidak setuju) sebanyak 1 orang dengan nilai rata-rata 4,11. Dari seluruh jawaban responden mengenai variabel kualitas pelayanan pernyataan yang memiliki nilai paling tinggi dan paling berpengaruh yaitu pernyataan kedua, sehingga hasil ini mendukung hipotesis 3 yang menyatakan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan J&T Express cabang Tanon.

Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Solikha & Suprpta (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil perhitungan nilai t-hitung sebesar 1,595 dengan sig. 1,8595. Sehingga dari hasil yang diperoleh maka ketepatan waktu pengiriman memberi pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Fakhruddin (2021) Berdasarkan analisis regresi linear berganda pada variabel kualitas pelayanan memiliki t-hitung sebesar 2,785 dengan nilai signifikansi sebesar 0,018. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel 1,98 dan

nilai signifikansi lebih kecil dari pada 0,05. Dengan demikian, variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data dan pengujian menggunakan *spss for windows versi 23*. Maka kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Variabel harga (X1) mempunyai thitung lebih besar daripada ttabel yaitu sebesar $2,830 > 1,6608$ serta mempunyai nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,006. Hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima, sehingga menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.
2. Variabel Ketepatan waktu pengiriman (X2) mempunyai thitung lebih besar daripada ttabel yaitu sebesar $3,507 > 1,6608$ serta mempunyai nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa H2 diterima, sehingga menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.
3. Variabel kualitas pelayanan (X3) mempunyai thitung lebih besar daripada ttabel yaitu sebesar $4,797 > 1,6608$ serta mempunyai nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa H3 diterima, sehingga menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

5.2 Saran-saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian diatas maka data diberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Pada variabel harga responden dengan rata-rata pernyataan paling rendah adalah pada pernyataan “Harga jasa pengiriman J&T Express lebih murah dibanding jasa pengiriman pesaing”. Maka dari itu pihak J&T Express perlu mengkaji ulang harga yang ditetapkan dengan melihat harga dari pesaing.
 - b. Pada variabel ketepatan waktu pengiriman responden dengan rata-rata pernyataan paling rendah adalah pada pernyataan “Biaya yang dibebankan kepada pelanggan diukur melalui jarak barang diantar sampai ke penerima”. Maka dari itu pihak J&T Express perlu mengkaji ulang penetapan harga dengan jarak yang ditempuh.
 - c. Pada variabel kualitas pelayanan responden dengan rata-rata pernyataan paling rendah adalah pada pernyataan “J&T Express bertanggung jawab penuh terhadap keamanan barang dalam pengiriman”. Maka dari itu pihak J&T Express perlu meningkatkan keamanan barang ketika dalam melakukan produk ke pelanggan.
 - d. Pada variabel kepuasan pelanggan responden dengan rata-rata pernyataan paling rendah adalah pada pernyataan “Saya bersedia merekomendasikan J&T Express kepada orang lain karena pengiriman paket yang cepat dan memuaskan”. Maka dari itu pihak J&T Express perlu meningkatkan kualitas pelayanan dalam pengiriman agar lebih cepat.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian yang sudah dilakukan ini saya berharap dapat menjadi tumpuan bagi peneliti selanjutnya. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitiannya baik dari segi populasi, sampel dan variabel. Karena masih terdapat banyak faktor yang mendukung dalam menganalisis perilaku pelanggan dengan teori-teori lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiani, b. (2018). Pengukuran kepuasan pelanggan terhadap layanan bidang akademik politeknik negeri semarang. *Jurnal aktual akuntansi keuangan bisnis / vol. 1, no 1*.
- Agustina, b., bastian, a. F., & sukaesih, i. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, penetapan harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada j&t express karawaci kota tangerang. *Jurnal ekonomi bisnis*.
- Akbar, a., muhajirin, & muniarty, p. (2022). Pengaruh harga dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen satria antaran prima (sap) express di kota bima. *Journal transformation of mandalika*.
- Aminah, rafani, y., & hariyani. (2017). Analisis pengaruh faktor ketepatan waktu pengiriman barang dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada pt jalur nugraha ekakurir (jne) pangkalpinang). *Jurnal ilmiah progresif manajemen bisnis (jipmb), vol.17, no.2, 49*.
- Angraini, n., & alhempri, r. (2021). Analisis kepuasan konsumen pt hawaii holiday hotel pekanbaru. *Jurnal inovasi penelitian, vol.1, no. 9, 1923-1930*.
- Anshar, a. (2019). Pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pt. Jalur nugraha ekakurir (jne) gunung anyar surabaya. *Jurnal ilmu dan riset manajemen, vol. 8, no. 4, 2-16*.
- Aprianti, w., & tjiptodjojo, k. I. (2023). Pengaruh brand ambassador, brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian skincare scarlett whitening. *Jiip (jurnal ilmiah ilmu pendidikan) volume 6, nomor 2*.
- Aprileny, i., imalia, i., & emarawati, j. A. (2021). Pengaruh harga, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pembelian rumah di grand nusa indah blok j, cileungsi pada pt. Kentanix supra internasional). *Ikraith-ekonomika, vol.4, no. 3, 243-252*.
- Ardila, l., & irawan, b. (2022). Pengaruh harga, ketepatan waktu dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa ekdpedisi j&t express di patokbeusi subang. *Jurnal administrasi bisnis*.
- Berliana, p. N., suharyati, & handayani, t. (2020). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada jne cabang corolet, daerah tangerang selatan). *Prosiding biema, 1, 440-456*.
- Caniago, a. (2022). Analisis kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal lentera bisnis, vol.11, no. 3, 219-231*.
- Chasanah, u., & kurniyawati, v. (2022). Pengaruh jkt48 dan bcl sebagai brand ambassador dan brand image xiaomi terhadap keputusan pembelian dengan

- minat beli sebagai variabel intervening di yogyakarta. *Conference on innovation and application of science and technology*.
- Darma, b. (2021). *Statistika penelitian menggunakan spss (uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji f, r2)*. Guepedia.
- Darmawan, i. G., & pramudana, k. A. (2022). Pengaruh iklan, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kain songket bali. *E-jurnal manajemen, vol. 11, no. 2, 255-276*.
- Deviana, s., & desitama, f. S. (2023). Pengaruh ketepatan waktu pengiriman, kualitas pelayanan dan sampe produk terhadap keputusan pembelian ulang pada cv tunas rimba di kabupaten tulungagung. *Yume : journal of management, 496-514*.
- Fakhrudin, a. (2021). Kualitas pelayanan dan fasilitas mempengaruhi kepuasan konsumen di bandar udara notohadi negoro jember. *Jurnal manajemen dan keuangan*.
- Foeh, j. E., & aini, r. T. (2023). Pengaruh periklanan, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada produk teh botol sosro di tokma cibitung (studi kajian pustaka). *Jurnal ekonomi manajemen sistem informasi vol 4, no 3, 1*.
- Ghozali, i. (2021). *Aplikasi analisis multivariete dengan program ibm spss 26 edisi 10*. Semarang: badan penerbit universitas diponegoro.
- Hafna, s. S. (2021). Pengaruh harga, promosi, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan rpk (rumah pangan kita) perum bulog kanwil jatim. *Jurnal ilmu dan riset manajemen, vol. 10, no. 6, 2-18*.
- Handoyo. (2021, agustus 13). *Jasa logistik ekspres tumbuh hingga 30% pada semester 1-2021*. Diambil kembali dari kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/news/jasa-logistik-ekspres-tumbuh-hingga-30-pada-semester-i-2021/?page=1>
- Hariaji, g. U., & iriyanto, s. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen (studi pada warung kopi srintil di temanggung). *Majalah ekonomi dan bisnis, vol. 15, no. 2*.
- Haryanto, e. (2013). Kualitas layanan, fasilitas dan harga pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa layanan pada kantor samsat manado. *Jurnal emba, vol. 1, no. 3, 750-760*.
- Hudiono, r. (2022). Pengaruh jensi kelamin dan usia terhadap kecenderungan berwisata selama pandemi covid-19. *Jurnal manajemen perhotelan dan pariwisata*.

- Ibrahim, m., & thawil, s. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal riset manajemen dan bisnis (jrmb) fakultas ekonomi uniat, vol. 4, no. 1*, 175 - 182.
- Imansyah, & irawan, h. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada karaoke inul vizta tanjung. *Jurnal ilmiah ekonomi bisnis*, 319-329.
- Isnan, m. F., & rubiyanti, r. N. (2021). Pengaruh brand ambassador terhadap minat beli tiket.com di jawa barat. *E-proceeding of management: vol.8, no.1* , 16.
- Kasinem. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel bukit serelo lahat. *Jurnal media waha ekonomika, vol. 14, no. 2*, 329-339.
- Kharisma, l., & hutasuhut, s. (2019). Peran mediasi minat beli pada pengaruh brand ambassador dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Niagawan vol 8 no 3*.
- Kumrotin, e. L., & susanti, a. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko.we.cok di solo. *Jurnal manajemen indonesia, vol. 6, no. 1*, 2-13.
- Lestari, a., & hutasuhut, j. (2021). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (studi kasus di spbu no. 14.205.156 desa bengkel kec. Perbaungan kab. Serdang bedagai). *Jurnal manajemen akuntansi (jumsi), vol. 1, no. 3*, 331-344.
- Liya, i., budiono, h., & karmila. (2021). Pengaruh hallyu wave, brand ambassador, brand image dan wom terhadap keputusan pembelian pada mie sedaap selection korean spicy chicken. *Jurnal manajemen bisnis islam volume 2, no 1*, 11-26.
- Lusiah, noviantoro, d., & akbar, a. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan jasa transportasi online. *Jurnal ekonomi, vol. Xxiv, no. 2*, 213-226.
- Lustono, setijadi, & ariyanto. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada ahass shinta motor banjarnegara. *Jurnal media komunikasi dan bisnis*.
- Mahmudin. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan qudwah mart di lebak. *Journal of islamic economics and business studies* .
- Maisyaroh, fitri, a., & qurniawati, e. F. (2022). Pengaruh iklan facebook terhadap minat beli siswa di kabupaten rokan hulu. *Journal of social media and message vol. 1, no. 1*, 7.

- Manalu, v. G., & akbar, i. (2019). Effect of service quality on customer satisfaction through brand experience and brand awareness in postal and delivery services. *Indonesian journal of business and economics*, vol. 2, 236-241.
- Marwani, 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). *Jurnal ekonomi dan bisnis*, vol.10. No. 1, 445-450.
- Mayasari, h., & patmawati. (2019). Pengaruh iklan internet, celebrity endorder dan gaya hidup terhadap minat beli pada shopee di kota padang. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan- vol. 10 no. 4 edisi khusus smar*, 8.
- Muhtadi, m. F., rahmawati, e., & utomo, s. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, nilai produk dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah (studi pada nasabah tabungan mudharabah al barakah di bank kalsel kantor cabang syariah banjarmasin). *Jurnal bisnis dan pembangunan*, vol. 9, no. 2, 14-25.
- Nigtiyas, t. S. (2019). Pengaruh persepsi harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang. *Iqtishadequity*, vol. 2, no. 1, 46-53.
- Nuada, i., oktiani, a., suharti, & faeza, m. (2021). Analisis pengaruh brand ambassador, desain website dan online review terhadap minat beli online di marketplace lazada. *Binawakya vol.16 no.1*, 1.
- Nusyecha, n., sapari, y., & risnawati, r. (2021). Pengaruh iklan shopee di televisi dalam pembentukan brand awarness platform aplikasi shopee terhadap minat beli konsumen. *Jurnal signal volume 9, no.1*, 01-117.
- Oscar, & purba, t. (2020). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt cahaya express di kota batam. *Jurnal rekaman*.
- Pantilu, d., koleangan, r. A., & roring, f. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada warunk bendito kawasan megamas manado. *Jurnal emba*, vol. 6, no. 4, 3723 – 3732.
- Prasetyo, m. D., susanto, & maharani, b. D. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen studi kasus pada pelanggan barbershop pojur yogyakarta. *Jurnal ilmiah manajemen* .
- Priyatno, d. (2022). *Olah data sendiri analisis regresi linier dengan spss dan analisis regresi data panel dengan eviews*. Yogyakarta: cahaya harapan.
- Putra, r. A., & siahaan, m. (2022). The influence of brand ambassadors, trust and advertising on purchase decisions on e-commerce tokopedia (case study on tokopedia e-commerce users at the faculty of economics and business, bhayangkara university,jakarta). *Jurnal pendidikan intelektium vol.3 no.2*.
- Putri, a. D., & astuti, s. T. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap minat beli ulang konsumen (studi pada

- blends pasta & chocolate cabang unika semarang). *Diponegoro journal of management*, vol. 6, no. 2, 1-10.
- Rianto, m. R., setyawati, n. W., rohaeni, h., & woelandari, d. S. (2022). Pengaruh harga, promosi dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan provider telkomsel pada generasi milenial muslim di kota bekasi. *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, vol. 8, no. 2, 2159-2166.
- Riyadin. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan masyarakat keluarga berencana di kecamatan pekalongan kabupaten lampung timur (studi kasus pada desa pekalongan). *Jurnal simplex*, vol. 2, no. 1, 41-50.
- Rizqiyah, n. (2021). Analisis pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada industri villatas jaya nusawungu). *Jurnal manajemen dan ekonomi*, vol. 4, no. 2, 178-191.
- Rohaeni, h., & marwa, n. (2018). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal ecodemica*, vol. 2, no. 2, 312-318.
- Sakti, b. J., & mahfudz. (2018). Analisis pengaruh kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan (studi pada j&t express kota semarang). *Diponegoro journal of management*, 1-8.
- Sakti, b. J., & mahfudz. (2018). 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, 1-8.
- Saputra, a. A. (2018). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien. *Jmk (jurnal manajemen dan kewirausahaan)*, vol. 3, no. 2, 72 - 89.
- Saraswati, y. D. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk, kualitas layanan, terhadap kepuasan pelanggan padarumah makan bebek dan ayam goreng pak ndut di samarinda. *Ejournal administrasi bisnis*, vol. 9, no. 2, 95-108.
- Sari oktamala, e. Z. (2021). Analisis pengaruh kualitas pelayanan pt. Pos indonesia cabang belitang terhadap tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode servqual. *Jurnal prosisko* vol. 8 no.2.
- Sartika, lusia, & ginting, r. S. (2022). Pengaruh harga, ketepatan waktu pengiriman, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada jasa pengiriman barang di jne (studi kasus pada pt. Jne katamsa medan). *Jurnal ilmiah kohesi*.
- Siburian, w., & kartika, l. N. (2021). Pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada j&t express di perawang. *Prosiding seminar nasional dan call for papers*.
- Solikha, s., & suprapta, i. (2020). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada pt. Go-jek). *Jurnal ekobis: ekonomi, bisnis & manajemen*, vol.10. No.1, 67-81.

- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Alfabeta.
- Sumarsid, & paryanti, a. B. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada grabfood (studi wilayah kecamatan setiabudi). *Jurnal ilmiah m-progress, vol. 12, no. 1*, 70-83.
- Syafina, l., & harahap, n. (2019). *Metode penelitian akuntansi pendekatan kuantitatif*. Medan: febi uin-su press.
- Syahraini, n. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan iklan terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening (studi pada pengguna traveloka kota malang). *Tesis*.
- Wahyudi, r., & yusra, i. (2021). The effect of tourism promotion, prices and facilities on visitors' satisfaction of sweet water beach tourism padang. *Marketing management studies, vol. 1, no. 2*, : 151-162.
- Welsa, h., cahyani, p. D., & meidyansyah, f. (2023). Pengaruh sosial media marketing dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen sebagai variabel intervening: studi kasus pada media sosial instagram 3second. *Al-kharaj: jurnal ekonomi, keuangan & bisnis syariah volume 5 no 3*, 1026- 1036.
- Wibowowati, j. I. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt muarakati baru satu palembang. *Jurnal manajemen*.
- William, & purba, t. (2020). Kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel mazda di kota batam. *Jurnal emba*.
- Zikri, a., & harahap, m. I. (2022). Analisis kualitas pelayanan pengiriman barang terhadap kepuasan konsumen pada pt pos indonesia (persero) regional i sumatera. *Jurnal ilmu komputer, ekonomi dan manajemen (jikem), vol. 2, no. 1*, 923-926.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

KUESIONER

PENGARUH HARGA, FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS DI KABUPATEN SRAGEN

Kepada Tth.

Bapak/Ibu/Sdr/I Pengguna J&T Express Sragen

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan dengan judul “Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Tanon Kabupaten Sragen”. Kuesioner ini disusun dalam penyusunan skripsi yang merupakan syarat kelulusan program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Adapun tujuan dari kuesioner ini adalah sebagai bahan untuk memperoleh data dalam penyusunan skripsi ini yang didata kerahasiaannya terjaga. Bantuan bapak/ibu/sdr/i merupakan hal yang sangat berharga bagi peneliti, oleh karena itu atas bantuannya saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Hormat Saya

Taufik Khurrohman

A. Identitas Responden

- Nama :
- Jenis Kelamin : Laki - Laki Perempuan
- Usia : 17-25 Th 36-50 Th
 26-35 Th
- Kelurahan : Bonagung Ketro
 Gabungan Padas
 Gading Pegkol
 Gawan Sambiduwur
 Tanon Slogo
 Jono Suwatu
 Kalikobok
 Karangasem
 Karang Talun
 Kecik

Sudah berapa kali menggunakan jasa pengiriman J&T Express :.....kali

B. Petunjuk Pengisian

1. Untuk mengisi identitas bapak/ibu/saudara(i) cukup berikan tanda centang.
2. Mohon bapak/ibu/saudara(i) memberikan jawaban yang sebenarnya sesuai dengan kondisi atau fakta yang di rasakan.
3. Jawaban bapak/ibu/saudara(i) kami jamin kerahasiaannya dan hanya di pergunakan sebatas untuk kepentingan penelitian serta tidak memberikan pengaruh negatif baik secara pribadi maupun perusahaan.

4. Berikan tanda (\surd) pada kolom sesuai dengan jawaban bapa/ibu/saudara(i) dan kemukakan alasan terhadap setiap alternatif pilihan atau jawaban yang di sediakan dalam pertanyaan kuesioner adalah :

Keterangan

SS : Sangat Setuju (5)

S : Setuju (4)

N : Netral (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

a. Harga (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Keterjangkauan Harga						
1	Harga yang di tawarkan J&T Express terjangkau bagi semua pelanggan					
Kesesuaian Harga dengan Produk						
2	Harga yang diberikan J&T Express sesuai dengan kualitas yang didapatkan					
Daya Saing Harga Dalam Pasar						
3	Harga jasa J&T Express lebih murah dibanding jasa pengiriman pesaing					
Kesesuaian Harga dengan Manfaat						
4	Harga yang diberikan J&T Express sudah sesuai dengan manfaat keamanan barang yang akan diterima					

b. Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Transportasi yang digunakan						
1	Transportasi yang digunakan J&T Express cukup memadai untuk mengantarkan barang ke tujuan					
Estimasi barang diterima						

3	Barang yang diterima sudah sesuai dengan estimasi yang diberikan J&T Express					
Jarak yang ditempuh						
5	Biaya yang dibebankan kepada pelanggan diukur melalui jarak barang diantar sampai ke penerima					

c. Kualitas Pelayanan (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Bukti Fisik						
1	Karyawan J&T Express secara ramah dan profesional dalam melayani pelanggan					
Kehandalan						
2	Proses transaksi dan pengiriman barang di J&T Express dilakukan dengan cepat dan teliti					
Ketanggapan						
3	Karyawan J&T Express selalu sigap dan siap dalam membantu pelanggan					
Jaminan						
4	J&T Express bertanggung jawab penuh terhadap keamanan barang dalam pengiriman					
Empati						
5	Karyawan J&T Express memberikan perhatian yang baik kepada para pelanggan					

d. Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Kesesuaian Harapan						
1	Barang yang di kirim J&T Express tidak pernah tertukar dengan barang yang dipesan orang lain					
Minat Berkunjung Kembali						

Lampiran 3. Data Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Kelurahan	Sudah Pernah Menggunakan Jasa Pengiriman J&T Express	Frekuensi Menggunakan Jasa Pengiriman J&T Express
1	Perempuan	17-25 tahun	Sambiduwur	Ya	> 10 kali
2	Perempuan	17-25 tahun	Padas	Ya	5 kali
3	Laki-Laki	17-25 tahun	Pengkol	Ya	2 kali
4	Perempuan	17-25 tahun	Pengkol	Ya	5 kali
5	Perempuan	17-25 tahun	Kecik	Ya	5 kali
6	Perempuan	17-25 tahun	Kalikobok	Ya	5 kali
7	Perempuan	17-25 tahun	Gabungan	Ya	> 10 kali
8	Perempuan	17-25 tahun	Karang Talun	Ya	> 10 kali
9	Laki-Laki	17-25 tahun	Ketro	Ya	5 kali
10	Perempuan	17-25 tahun	Karang Talun	Ya	> 10 kali
11	Laki-Laki	26-35 tahun	Karangasem	Ya	5 kali
12	Laki-Laki	26-35 tahun	Gading	Ya	5 kali
13	Laki-Laki	17-25 tahun	Pengkol	Ya	2 kali
14	Perempuan	17-25 tahun	Tanon	Ya	2 kali
15	Perempuan	17-25 tahun	Gabungan	Ya	5 kali
16	Perempuan	17-25 tahun	Gabungan	Ya	5 kali
17	Perempuan	17-25 tahun	Gabungan	Ya	> 10 kali

18	Laki-Laki	26-35 tahun	Sambiduwur	Ya	2 kali
19	Perempuan	17-25 tahun	Kecik	Ya	2 kali
20	Laki-Laki	17-25 tahun	Karang Talun	Ya	> 10 kali
21	Laki-Laki	17-25 tahun	Sambiduwur	Ya	5 kali
22	Laki-Laki	17-25 tahun	Sambiduwur	Ya	5 kali
23	Laki-Laki	17-25 tahun	Tanon	Ya	2 kali
24	Laki-Laki	17-25 tahun	Suwatu	Ya	5 kali
25	Perempuan	17-25 tahun	Padas	Ya	5 kali
26	Laki-Laki	17-25 tahun	Suwatu	Ya	> 10 kali
27	Perempuan	17-25 tahun	Padas	Ya	2 kali
28	Perempuan	17-25 tahun	Pengkol	Ya	5 kali
29	Perempuan	17-25 tahun	Padas	Ya	5 kali
30	Perempuan	36-50 tahun	Suwatu	Ya	5 kali
31	Perempuan	17-25 tahun	Ketro	Ya	> 10 kali
32	Perempuan	17-25 tahun	Tanon	Ya	> 10 kali
33	Perempuan	17-25 tahun	Suwatu	Ya	5 kali
34	Perempuan	17-25 tahun	Tanon	Ya	> 10 kali
35	Laki-Laki	17-25 tahun	Karang Talun	Ya	> 10 kali
36	Perempuan	17-25 tahun	Karang Talun	Ya	> 10 kali

37	Laki-Laki	17-25 tahun	Tanon	Ya	> 10 kali
38	Laki-Laki	17-25 tahun	Tanon	Ya	5 kali
39	Laki-Laki	17-25 tahun	Bonagung	Ya	> 10 kali
40	Laki-Laki	17-25 tahun	Gading	Ya	2 kali
41	Perempuan	17-25 tahun	Tanon	Ya	2 kali
42	Perempuan	17-25 tahun	Karang Talun	Ya	> 10 kali
43	Perempuan	17-25 tahun	Gabugan	Ya	> 10 kali
44	Perempuan	17-25 tahun	Gabugan	Ya	2 kali
45	Perempuan	17-25 tahun	Tanon	Ya	> 10 kali
46	Perempuan	17-25 tahun	Gabugan	Ya	> 10 kali
47	Perempuan	17-25 tahun	Suwatu	Ya	> 10 kali
48	Perempuan	17-25 tahun	Tanon	Ya	5 kali
49	Laki-Laki	17-25 tahun	Karangasem	Ya	> 10 kali
50	Perempuan	36-50 tahun	Pengkol	Ya	2 kali
51	Perempuan	17-25 tahun	Padas	Ya	2 kali
52	Perempuan	17-25 tahun	Tanon	Ya	> 10 kali
53	Laki-Laki	26-35 tahun	Pengkol	Ya	2 kali
54	Laki-Laki	36-50 tahun	Bonagung	Ya	> 10 kali
55	Laki-Laki	17-25 tahun	Tanon	Ya	5 kali

56	Laki-Laki	17-25 tahun	Gabugan	Ya	5 kali
57	Laki-Laki	17-25 tahun	Gabugan	Ya	2 kali
58	Laki-Laki	17-25 tahun	Karang Talun	Ya	5 kali
59	Perempuan	17-25 tahun	Karangasem	Ya	> 10 kali
60	Laki-Laki	26-35 tahun	Karangasem	Ya	5 kali
61	Laki-Laki	17-25 tahun	Pengkol	Ya	2 kali
62	Laki-Laki	17-25 tahun	Tanon	Ya	> 10 kali
63	Laki-Laki	17-25 tahun	Gading	Ya	2 kali
64	Laki-Laki	17-25 tahun	Ketro	Ya	5 kali
65	Laki-Laki	26-35 tahun	Karang Talun	Ya	2 kali
66	Perempuan	17-25 tahun	Gading	Ya	5 kali
67	Laki-Laki	26-35 tahun	Jono	Ya	2 kali
68	Perempuan	17-25 tahun	Gawan	Ya	5 kali
69	Perempuan	17-25 tahun	Gading	Ya	5 kali
70	Perempuan	26-35 tahun	Padas	Ya	2 kali
71	Perempuan	17-25 tahun	Karangasem	Ya	2 kali
72	Perempuan	17-25 tahun	Suwatu	Ya	5 kali
73	Perempuan	17-25 tahun	Tanon	Ya	2 kali
74	Laki-Laki	26-35 tahun	Kalikobok	Ya	> 10 kali
75	Laki-Laki	26-35 tahun	Kecik	Ya	5 kali

76	Laki-Laki	17-25 tahun	Gabungan	Ya	5 kali
77	Laki-Laki	26-35 tahun	Ketro	Ya	> 10 kali
78	Laki-Laki	26-35 tahun	Tanon	Ya	> 10 kali
79	Perempuan	17-25 tahun	Gawan	Ya	2 kali
80	Perempuan	17-25 tahun	Karangasem	Ya	5 kali
81	Perempuan	17-25 tahun	Slogo	Ya	> 10 kali
82	Perempuan	17-25 tahun	Gawan	Ya	2 kali
83	Perempuan	17-25 tahun	Gading	Ya	> 10 kali
84	Laki-Laki	17-25 tahun	Kalikobok	Ya	2 kali
85	Laki-Laki	17-25 tahun	Suwatu	Ya	> 10 kali
86	Perempuan	26-35 tahun	Suwatu	Ya	> 10 kali
87	Perempuan	26-35 tahun	Kalikobok	Ya	> 10 kali
88	Perempuan	17-25 tahun	Kalikobok	Ya	> 10 kali
89	Laki-Laki	17-25 tahun	Kalikobok	Ya	5 kali
90	Laki-Laki	26-35 tahun	Slogo	Ya	> 10 kali
91	Laki-Laki	26-35 tahun	Jono	Ya	> 10 kali
92	Laki-Laki	17-25 tahun	Jono	Ya	5 kali
93	Laki-Laki	17-25 tahun	Jono	Ya	5 kali
94	Perempuan	17-25 tahun	Jono	Ya	> 10 kali
95	Perempuan	17-25 tahun	Tanon	Ya	> 10 kali

96	Laki-Laki	17-25 tahun	Slogo	Ya	5 kali
97	Laki-Laki	17-25 tahun	Slogo	Ya	> 10 kali
98	Laki-Laki	26-35 tahun	Slogo	Ya	> 10 kali
99	Laki-Laki	17-25 tahun	Karangasem	Ya	5 kali
100	Laki-Laki	17-25 tahun	Sambiduwur	Ya	2 kali

Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian Variabel Harga (X1)

Tabulasi Data Penelitian Variabel Harga (X1)

No	Iklan				Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
1	3.00	5.00	4.00	5.00	17.00
2	5.00	4.00	3.00	5.00	17.00
3	4.00	4.00	5.00	4.00	17.00
4	5.00	4.00	5.00	4.00	18.00
5	4.00	5.00	4.00	4.00	17.00
6	5.00	4.00	5.00	5.00	19.00
7	4.00	4.00	3.00	4.00	15.00
8	4.00	5.00	5.00	4.00	18.00
9	5.00	4.00	4.00	4.00	17.00
10	3.00	4.00	2.00	4.00	13.00
11	5.00	4.00	3.00	4.00	16.00
12	4.00	4.00	3.00	4.00	15.00
13	4.00	4.00	3.00	4.00	15.00
14	3.00	3.00	3.00	2.00	11.00
15	4.00	5.00	4.00	5.00	18.00
16	4.00	4.00	4.00	5.00	17.00
17	5.00	5.00	4.00	5.00	19.00
18	4.00	3.00	4.00	2.00	13.00
19	3.00	2.00	3.00	2.00	10.00
20	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
21	4.00	4.00	2.00	4.00	14.00
22	3.00	3.00	3.00	4.00	13.00
23	5.00	3.00	4.00	2.00	14.00
24	4.00	5.00	4.00	3.00	16.00

25	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
26	4.00	3.00	4.00	3.00	14.00
27	5.00	5.00	3.00	4.00	17.00
28	5.00	5.00	5.00	4.00	19.00
29	4.00	5.00	3.00	4.00	16.00
30	5.00	4.00	4.00	5.00	18.00
31	5.00	5.00	5.00	3.00	18.00
32	4.00	4.00	3.00	5.00	16.00
33	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
34	5.00	5.00	4.00	4.00	18.00
35	4.00	4.00	3.00	4.00	15.00
36	4.00	4.00	5.00	3.00	16.00
37	4.00	4.00	3.00	3.00	14.00
38	4.00	5.00	4.00	5.00	18.00
39	5.00	5.00	4.00	4.00	18.00
40	4.00	5.00	3.00	5.00	17.00
41	2.00	4.00	2.00	4.00	12.00
42	5.00	5.00	5.00	4.00	19.00
43	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
44	3.00	3.00	2.00	3.00	11.00
45	5.00	4.00	5.00	5.00	19.00
46	4.00	5.00	4.00	4.00	17.00
47	5.00	5.00	4.00	4.00	18.00
48	5.00	4.00	3.00	5.00	17.00
49	3.00	5.00	4.00	4.00	16.00
50	3.00	4.00	3.00	4.00	14.00
51	4.00	5.00	3.00	4.00	16.00
52	3.00	4.00	4.00	4.00	15.00
53	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
54	3.00	4.00	3.00	4.00	14.00
55	4.00	5.00	4.00	4.00	17.00
56	5.00	4.00	4.00	5.00	18.00
57	5.00	4.00	4.00	5.00	18.00
58	5.00	5.00	5.00	4.00	19.00
59	4.00	5.00	5.00	4.00	18.00
60	4.00	2.00	2.00	3.00	11.00
61	5.00	5.00	4.00	4.00	18.00
62	4.00	4.00	5.00	5.00	18.00
63	5.00	3.00	5.00	4.00	17.00
64	4.00	5.00	4.00	5.00	18.00
65	5.00	4.00	4.00	4.00	17.00
66	4.00	4.00	5.00	4.00	17.00
67	5.00	4.00	4.00	5.00	18.00
68	3.00	3.00	4.00	5.00	15.00
69	5.00	5.00	4.00	4.00	18.00

70	3.00	3.00	3.00	3.00	12.00
71	5.00	4.00	5.00	4.00	18.00
72	4.00	5.00	5.00	4.00	18.00
73	5.00	4.00	5.00	5.00	19.00
74	5.00	5.00	3.00	4.00	17.00
75	5.00	3.00	3.00	4.00	15.00
76	3.00	4.00	3.00	4.00	14.00
77	4.00	4.00	5.00	4.00	17.00
78	5.00	4.00	5.00	3.00	17.00
79	3.00	3.00	4.00	4.00	14.00
80	4.00	5.00	4.00	5.00	18.00
81	5.00	4.00	4.00	5.00	18.00
82	4.00	5.00	4.00	5.00	18.00
83	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
84	5.00	4.00	5.00	4.00	18.00
85	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
86	4.00	4.00	3.00	4.00	15.00
87	4.00	5.00	4.00	5.00	18.00
88	4.00	3.00	3.00	4.00	14.00
89	4.00	4.00	4.00	5.00	17.00
90	5.00	4.00	5.00	5.00	19.00
91	4.00	5.00	4.00	5.00	18.00
92	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
93	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
94	4.00	3.00	3.00	4.00	14.00
95	4.00	3.00	3.00	5.00	15.00
96	4.00	3.00	4.00	4.00	15.00
97	4.00	5.00	4.00	4.00	17.00
98	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
99	2.00	3.00	3.00	3.00	11.00
100	4.00	4.00	4.00	5.00	17.00

Lampiran 5. Tabulasi Data Penelitian Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman

(X2)

Tabulasi Data Penelitian Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)

No	Ketepatan Waktu Pengiriman			Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2
1	5.00	5.00	5.00	15.00
2	5.00	4.00	4.00	13.00
3	4.00	4.00	4.00	12.00
4	4.00	4.00	4.00	12.00

5	4.00	4.00	4.00	12.00
6	5.00	5.00	5.00	15.00
7	4.00	4.00	4.00	12.00
8	4.00	5.00	5.00	14.00
9	5.00	5.00	4.00	14.00
10	1.00	1.00	1.00	3.00
11	4.00	4.00	3.00	11.00
12	4.00	4.00	4.00	12.00
13	5.00	5.00	4.00	14.00
14	5.00	4.00	5.00	14.00
15	4.00	4.00	3.00	11.00
16	4.00	4.00	2.00	10.00
17	4.00	4.00	4.00	12.00
18	4.00	4.00	4.00	12.00
19	4.00	4.00	4.00	12.00
20	4.00	4.00	4.00	12.00
21	5.00	5.00	4.00	14.00
22	3.00	3.00	1.00	7.00
23	5.00	4.00	4.00	13.00
24	5.00	4.00	3.00	12.00
25	4.00	3.00	3.00	10.00
26	4.00	4.00	4.00	12.00
27	4.00	4.00	5.00	13.00
28	4.00	4.00	5.00	13.00
29	5.00	5.00	5.00	15.00
30	4.00	4.00	4.00	12.00
31	4.00	3.00	4.00	11.00
32	5.00	5.00	4.00	14.00
33	4.00	5.00	5.00	14.00
34	5.00	5.00	4.00	14.00
35	4.00	5.00	5.00	14.00
36	4.00	4.00	4.00	12.00
37	4.00	4.00	4.00	12.00
38	4.00	5.00	1.00	10.00
39	3.00	4.00	4.00	11.00
40	4.00	4.00	4.00	12.00
41	4.00	5.00	5.00	14.00
42	5.00	3.00	3.00	11.00
43	4.00	5.00	4.00	13.00
44	5.00	5.00	4.00	14.00
45	4.00	5.00	4.00	13.00
46	5.00	5.00	4.00	14.00
47	4.00	5.00	3.00	12.00
48	4.00	4.00	4.00	12.00
49	4.00	5.00	5.00	14.00

50	5.00	5.00	5.00	15.00
51	4.00	5.00	2.00	11.00
52	4.00	4.00	2.00	10.00
53	5.00	5.00	5.00	15.00
54	4.00	4.00	5.00	13.00
55	5.00	4.00	4.00	13.00
56	5.00	4.00	4.00	13.00
57	5.00	3.00	5.00	13.00
58	2.00	4.00	5.00	11.00
59	3.00	4.00	3.00	10.00
60	5.00	4.00	4.00	13.00
61	5.00	4.00	3.00	12.00
62	4.00	4.00	4.00	12.00
63	5.00	4.00	4.00	13.00
64	5.00	4.00	4.00	13.00
65	5.00	4.00	4.00	13.00
66	5.00	4.00	4.00	13.00
67	5.00	4.00	4.00	13.00
68	4.00	5.00	5.00	14.00
69	5.00	4.00	4.00	13.00
70	5.00	4.00	3.00	12.00
71	5.00	5.00	4.00	14.00
72	4.00	4.00	4.00	12.00
73	4.00	5.00	5.00	14.00
74	4.00	5.00	4.00	13.00
75	4.00	5.00	5.00	14.00
76	5.00	5.00	5.00	15.00
77	5.00	5.00	5.00	15.00
78	4.00	5.00	5.00	14.00
79	5.00	4.00	4.00	13.00
80	4.00	5.00	4.00	13.00
81	5.00	5.00	5.00	15.00
82	5.00	4.00	5.00	14.00
83	5.00	5.00	5.00	15.00
84	4.00	5.00	5.00	14.00
85	5.00	5.00	4.00	14.00
86	5.00	5.00	5.00	15.00
87	4.00	5.00	4.00	13.00
88	4.00	5.00	4.00	13.00
89	5.00	4.00	4.00	13.00
90	4.00	5.00	5.00	14.00
91	4.00	5.00	5.00	14.00
92	5.00	4.00	4.00	13.00
93	5.00	5.00	4.00	14.00
94	5.00	5.00	4.00	14.00

95	5.00	5.00	5.00	15.00
96	4.00	4.00	3.00	11.00
97	4.00	4.00	3.00	11.00
98	5.00	4.00	3.00	12.00
99	4.00	4.00	4.00	12.00
100	5.00	4.00	4.00	13.00

Lampiran 6. Tabulasi Data Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Tabulasi Data Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

No	Keputusan Pembelian					Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3
1	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	22.00
2	3.00	5.00	4.00	5.00	4.00	21.00
3	3.00	5.00	4.00	5.00	4.00	21.00
4	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	22.00
5	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	22.00
6	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	21.00
7	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	18.00
8	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	21.00
9	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
10	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	10.00
11	4.00	5.00	4.00	4.00	3.00	20.00
12	5.00	4.00	5.00	3.00	4.00	21.00
13	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	21.00
14	3.00	3.00	1.00	4.00	4.00	15.00
15	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	22.00
16	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	21.00
17	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	22.00
18	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
19	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	21.00
20	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	24.00
21	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	21.00
22	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
23	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	18.00
24	5.00	4.00	3.00	5.00	4.00	21.00
25	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	21.00
26	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
27	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	17.00
28	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	22.00
29	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	18.00
30	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	22.00
31	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	23.00

32	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	22.00
33	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	21.00
34	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	21.00
35	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
36	5.00	5.00	4.00	3.00	3.00	20.00
37	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	19.00
38	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	21.00
39	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	22.00
40	3.00	4.00	5.00	5.00	4.00	21.00
41	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
42	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	23.00
43	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
44	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	21.00
45	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	23.00
46	2.00	3.00	2.00	4.00	3.00	14.00
47	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	16.00
48	3.00	3.00	4.00	5.00	5.00	20.00
49	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	18.00
50	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
51	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
52	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00
53	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	22.00
54	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	23.00
55	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	22.00
56	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	24.00
57	5.00	4.00	3.00	4.00	3.00	19.00
58	5.00	3.00	4.00	5.00	5.00	22.00
59	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	19.00
60	5.00	4.00	4.00	3.00	4.00	20.00
61	5.00	4.00	3.00	2.00	4.00	18.00
62	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	19.00
63	5.00	4.00	4.00	4.00	3.00	20.00
64	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	17.00
65	5.00	4.00	4.00	3.00	4.00	20.00
66	3.00	4.00	3.00	3.00	5.00	18.00
67	4.00	5.00	5.00	3.00	4.00	21.00
68	4.00	5.00	4.00	3.00	4.00	20.00
69	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	18.00
70	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	19.00
71	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	22.00
72	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	21.00
73	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	21.00
74	5.00	4.00	5.00	3.00	4.00	21.00
75	5.00	4.00	5.00	3.00	5.00	22.00
76	4.00	5.00	4.00	5.00	3.00	21.00

77	4.00	3.00	5.00	5.00	4.00	21.00
78	3.00	5.00	4.00	5.00	4.00	21.00
79	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
80	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	22.00
81	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
82	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
83	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
84	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	23.00
85	4.00	4.00	5.00	3.00	5.00	21.00
86	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	22.00
87	4.00	5.00	3.00	4.00	4.00	20.00
88	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	23.00
89	5.00	3.00	4.00	5.00	5.00	22.00
90	5.00	5.00	4.00	5.00	3.00	22.00
91	4.00	5.00	3.00	5.00	5.00	22.00
92	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	22.00
93	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	22.00
94	5.00	3.00	4.00	4.00	4.00	20.00
95	5.00	5.00	5.00	4.00	3.00	22.00
96	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	20.00
97	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	23.00
98	5.00	5.00	4.00	4.00	3.00	21.00
99	4.00	5.00	4.00	3.00	4.00	20.00
100	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	19.00

Lampiran 7. Tabulasi Data Penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabulasi Data Penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Kepuasan Pelanggan			Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y
1	4.00	4.00	5.00	13.00
2	5.00	4.00	4.00	13.00
3	3.00	4.00	4.00	11.00
4	5.00	4.00	5.00	14.00
5	4.00	5.00	4.00	13.00
6	4.00	5.00	5.00	14.00
7	5.00	4.00	4.00	13.00
8	5.00	5.00	5.00	15.00
9	4.00	4.00	4.00	12.00
10	2.00	3.00	2.00	7.00
11	5.00	4.00	5.00	14.00
12	5.00	5.00	4.00	14.00
13	5.00	4.00	4.00	13.00

14	1.00	2.00	3.00	6.00
15	4.00	5.00	5.00	14.00
16	5.00	5.00	5.00	15.00
17	4.00	5.00	4.00	13.00
18	4.00	5.00	5.00	14.00
19	5.00	4.00	4.00	13.00
20	5.00	4.00	4.00	13.00
21	4.00	4.00	4.00	12.00
22	4.00	4.00	4.00	12.00
23	4.00	3.00	3.00	10.00
24	4.00	3.00	5.00	12.00
25	4.00	4.00	4.00	12.00
26	4.00	4.00	4.00	12.00
27	4.00	5.00	5.00	14.00
28	5.00	5.00	5.00	15.00
29	4.00	4.00	4.00	12.00
30	5.00	4.00	5.00	14.00
31	5.00	5.00	5.00	15.00
32	3.00	5.00	4.00	12.00
33	5.00	4.00	4.00	13.00
34	5.00	4.00	5.00	14.00
35	5.00	5.00	5.00	15.00
36	4.00	4.00	5.00	13.00
37	3.00	4.00	4.00	11.00
38	3.00	3.00	4.00	10.00
39	4.00	5.00	4.00	13.00
40	5.00	5.00	4.00	14.00
41	3.00	4.00	4.00	11.00
42	4.00	5.00	5.00	14.00
43	5.00	5.00	5.00	15.00
44	3.00	3.00	3.00	9.00
45	4.00	5.00	5.00	14.00
46	4.00	3.00	3.00	10.00
47	5.00	4.00	4.00	13.00
48	5.00	4.00	5.00	14.00
49	4.00	4.00	4.00	12.00
50	4.00	5.00	5.00	14.00
51	4.00	4.00	4.00	12.00
52	3.00	3.00	3.00	9.00
53	4.00	5.00	5.00	14.00
54	4.00	4.00	5.00	13.00
55	5.00	4.00	4.00	13.00
56	5.00	4.00	4.00	13.00
57	5.00	3.00	5.00	13.00
58	2.00	4.00	5.00	11.00

59	3.00	4.00	3.00	10.00
60	5.00	4.00	4.00	13.00
61	5.00	4.00	3.00	12.00
62	4.00	4.00	4.00	12.00
63	5.00	4.00	4.00	13.00
64	5.00	4.00	4.00	13.00
65	5.00	4.00	4.00	13.00
66	5.00	4.00	4.00	13.00
67	5.00	4.00	4.00	13.00
68	4.00	5.00	5.00	14.00
69	5.00	4.00	4.00	13.00
70	5.00	4.00	3.00	12.00
71	5.00	5.00	4.00	14.00
72	4.00	4.00	4.00	12.00
73	4.00	5.00	5.00	14.00
74	4.00	5.00	4.00	13.00
75	4.00	5.00	5.00	14.00
76	5.00	5.00	5.00	15.00
77	5.00	5.00	5.00	15.00
78	4.00	5.00	5.00	14.00
79	5.00	4.00	4.00	13.00
80	4.00	5.00	4.00	13.00
81	5.00	5.00	5.00	15.00
82	5.00	4.00	5.00	14.00
83	5.00	5.00	5.00	15.00
84	4.00	5.00	5.00	14.00
85	5.00	5.00	4.00	14.00
86	5.00	5.00	5.00	15.00
87	4.00	5.00	4.00	13.00
88	4.00	5.00	4.00	13.00
89	5.00	4.00	4.00	13.00
90	4.00	5.00	5.00	14.00
91	4.00	5.00	5.00	14.00
92	5.00	4.00	4.00	13.00
93	5.00	5.00	4.00	14.00
94	5.00	5.00	4.00	14.00
95	5.00	5.00	5.00	15.00
96	4.00	4.00	3.00	11.00
97	4.00	4.00	3.00	11.00
98	5.00	4.00	3.00	12.00
99	4.00	4.00	4.00	12.00
100	5.00	4.00	4.00	13.00

Lampiran 8. Hasil Distribusi Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	48	48.0	48.0	48.0
	Perempuan	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 tahun	80	80.0	80.0	80.0
	26-35 tahun	17	17.0	17.0	97.0
	36-50 tahun	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kelurahan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bonagung	3	3.0	3.0	3.0
	Gabugan	10	10.0	10.0	13.0
	Gading	6	6.0	6.0	19.0
	Gawan	3	3.0	3.0	22.0
	Jono	4	4.0	4.0	26.0
	Kalikobok	6	6.0	6.0	32.0
	Karang Talun	8	8.0	8.0	40.0
	Karangasem	7	7.0	7.0	47.0
	Kecik	3	3.0	3.0	50.0
	Ketro	4	4.0	4.0	54.0
	Padas	6	6.0	6.0	60.0
	Pengkol	7	7.0	7.0	67.0
	Sambiduwur	5	5.0	5.0	72.0
	Slogo	5	5.0	5.0	77.0
	Suwatu	8	8.0	8.0	85.0
	Tanon	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sudah Pernah Menggunakan Jasa Pengiriman J&T Express

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	100	100.0	100.0	100.0

Frekuensi Menggunakan Jasa Pengiriman J&T Express

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid > 10 kali	39	39.0	39.0	39.0
2 kali	25	25.0	25.0	64.0
5 kali	36	36.0	36.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 9. Deskripsi Statistik Variabel**Variabel Harga (X1)****Descriptive Statistics**

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	3.00	2.00	5.00	419.00	4.1900	.74799
X1.2	100	3.00	2.00	5.00	416.00	4.1600	.76171
X1.3	100	3.00	2.00	5.00	388.00	3.8800	.84423
X1.4	100	3.00	2.00	5.00	414.00	4.1400	.75237
Valid N (listwise)	100						

Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)**Descriptive Statistics**

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X2.1	100	4.00	1.00	5.00	437.00	4.3700	.69129
X2.2	100	4.00	1.00	5.00	435.00	4.3500	.67232
X2.3	100	4.00	1.00	5.00	403.00	4.0300	.90403
Valid N (listwise)	100						

Variabel Kualitas Pelayanan (X3)**Descriptive Statistics**

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
X3.1	100	3.00	2.00	5.00	416.00	4.1600	.77486
X3.2	100	3.00	2.00	5.00	419.00	4.1900	.66203

X3.3	100	4.00	1.00	5.00	405.00	4.0500	.75712
X3.4	100	3.00	2.00	5.00	404.00	4.0400	.73745
X3.5	100	3.00	2.00	5.00	411.00	4.1100	.63397
Valid N (listwise)	100						

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Y1	100	4.00	1.00	5.00	433.00	4.3300	.79207
Y2	100	3.00	2.00	5.00	431.00	4.3100	.66203
Y3	100	3.00	2.00	5.00	426.00	4.2600	.69078
Valid N (listwise)	100						

Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Harga (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	HARGA
X1.1	Pearson Correlation	1	.367**	.463**	.388**	.768**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.367**	1	.358**	.394**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.463**	.358**	1	.226*	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.024	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.388**	.394**	.226*	1	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.024		.000
	N	100	100	100	100	100
HARGA	Pearson Correlation	.768**	.728**	.725**	.675**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)

		Correlations				KETEPATAN_ WAKTU_PENG IRIMAN
		X2.1	X2.2	X2.3		
X2.1	Pearson Correlation	1	.371**	.305**	.696**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	
	N	100	100	100	100	
X2.2	Pearson Correlation	.371**	1	.481**	.780**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	
	N	100	100	100	100	
X2.3	Pearson Correlation	.305**	.481**	1	.823**	
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	
	N	100	100	100	100	
KETEPATAN_ WAKTU_PEN GIRIMAN	Pearson Correlation	.696**	.780**	.823**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X3)

		Correlations					KUALITAS_ PELAYANA N
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
X3.1	Pearson Correlation	1	.295**	.434**	.130	.211*	.674**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.197	.035	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.295**	1	.323**	.191	.070	.583**
	Sig. (2-tailed)	.003		.001	.057	.489	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.434**	.323**	1	.213*	.346**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.033	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.130	.191	.213*	1	.293**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.197	.057	.033		.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100

X3.5	Pearson Correlation	.211*	.070	.346**	.293**	1	.583**
	Sig. (2-tailed)	.035	.489	.000	.003		.000
	N	100	100	100	100	100	100
KUALITAS_PELAYA NAN	Pearson Correlation	.674**	.583**	.743**	.579**	.583**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

		Y1	Y2	Y3	KEPUASAN_P ELANGGAN
Y1	Pearson Correlation	1	.323**	.285**	.732**
	Sig. (2-tailed)		.001	.004	.000
	N	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.323**	1	.551**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.285**	.551**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.000
	N	100	100	100	100
KEPUASAN_PELANGGAN	Pearson Correlation	.732**	.791**	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Harga (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.697	4

Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items

.643	3
------	---

Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.628	5

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

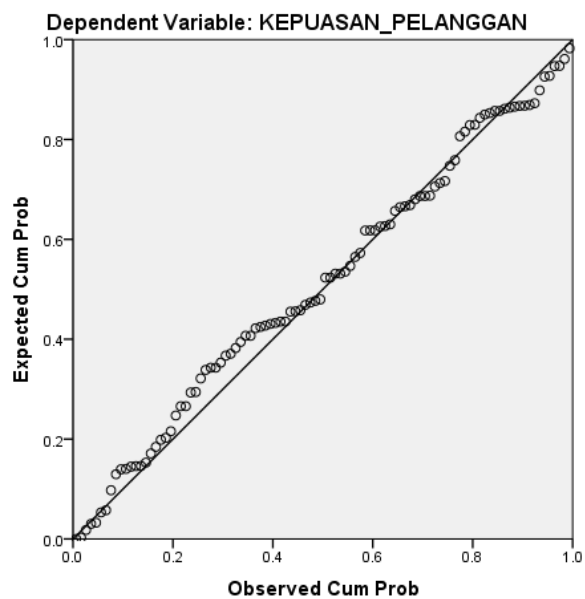
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.642	3

Lampiran 15. Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.2102776
Most Extreme Differences	Absolute	.076

	Positive	.054
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.161 ^c

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

			HARGA A	KETEPAT AN_WAKT U_PENGIR IMAN	KUALITAS _PELAYA NAN	Unstandardi zed Residual
Spearman's rho	HARGA	Correlation Coefficient	1.000	-.012	.389**	-.123
		Sig. (2-tailed)	.	.904	.000	.223
		N	100	100	100	100
KETEPA TAN_WAK TU_PEN GIRIMAN	KETEPA TAN_WAK TU_PEN GIRIMAN	Correlation Coefficient	-.012	1.000	.127	.038
		Sig. (2-tailed)	.904	.	.209	.710
		N	100	100	100	100
KUALITAS_PELAYANAN	KUALITAS_PELAYANAN	Correlation Coefficient	.389**	.127	1.000	-.131
		Sig. (2-tailed)	.000	.209	.	.194
		N	100	100	100	100
Unstandardized Residual	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.123	.038	-.131	1.000
		Sig. (2-tailed)	.223	.710	.194	.
		N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.689	1.372		.503	.616		
	HARGA	.168	.059	.228	2.830	.006	.868	1.153
	KETEPATAN_WAKTU_PENGIRIMAN	.263	.075	.280	3.507	.001	.885	1.130
	KUALITAS_PELAYANAN	.297	.062	.410	4.797	.000	.776	1.289

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Lampiran 16. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	.457	.440	1.22904

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, KETEPATAN_WAKTU_PENGIRIMAN, HARGA

Lampiran 17. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	121.988	3	40.663	26.919	.000 ^b
	Residual	145.012	96	1.511		
	Total	267.000	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PELAYANAN, KETEPATAN_WAKTU_PENGIRIMAN, HARGA

Lampiran 18. Hasil Uji T

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.689	1.372		.503	.616
	HARGA	.168	.059	.228	2.830	.006
	KETEPATAN_WAKTU_P ENGIRIMAN	.263	.075	.280	3.507	.001
	KUALITAS_PELAYANA	.297	.062	.410	4.797	.000
	N					

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Lampiran 19. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.689	1.372		.503	.616
	HARGA	.168	.059	.228	2.830	.006
	KETEPATAN_WAKTU_P ENGIRIMAN	.263	.075	.280	3.507	.001
	KUALITAS_PELAYANAN	.297	.062	.410	4.797	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Lampiran 20. Bukti Cek Plagiasi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pandawa Pucangan Kartasura-Sukoharjo Telp. (0271) 782336 Fax (0271) 782336 Website: iain-surakarta.ac.id. – Email: info@iain-surakarta.ac.id.

SURAT KETERANGAN TURNITIN

Setelah melakukan tes uji *similarity*, menerangkan bawah mahasiswa di bawah ini:

Nama : Taufik Khurrohman
 NIM : 195211213
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Tanon Kabupaten Sragen
 Paper ID : 2135909479
 Date : 04-Des-2023
 Hasil menunjukkan SIMILARITY INDEX : 18%



LAMPIRAN

Source	Similarity Index
epriiis.iain-surakarta.ac.id	14%
repository.unswi.ac.id	1%
repository.psg.ac.id	<1%
repository.unswi.ac.id	<1%
jurnal.its.ac.id	<1%
opsi.its.ac.id	<1%
Submitted to Universitas Diponegoro	<1%
repository.ar-hanry.ac.id	<1%
Submitted to Universitas Widyadarmas	<1%

Lampiran 21. Riwayat Hidup**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. DATA PRIBADI**

Nama Lengkap : Taufik Khurrohman
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/Tanggal Lahir : Sragen, 03 Juli 1999
Agama : Islam
Nomor Handphone : 085926963038
Email : khurrohman57@gmail.com
Prodi/Fakultas : Manajemen Bisnis Syariah/FEBI
Alamat : Karangtalun, Tanon, Sragen, Jawa Tengah

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

RA Fathul ulum (2004-2005)
MI AL-Huda Karangtalun (2005-2011)
MTSN Tanon (2011-2014)
SMKN 2 Sragen (2014-2017)
UIN Raden Mas Said Surakarta (2019-2023)