
Pengaruh Tarif Pengiriman, Kualitas Pelayanan, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Semarang

Wahyu Tri Utomo^{1*}, Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra^{2*}

¹ Universitas Dian Nuswantoro Semarang

Email: 211202006672@mhs.dinus.ac.id

Diterima : 19-01-2024

Direvisi : 30-01-2024

Dipublikasikan : 31-01-2024

Abstract

Customer satisfaction is a feeling of customers, whether in the form of pleasure or a feeling of customer disappointment arising from comparing the appearance of a product which will be related to the customer's expectations for that product. This research aims to determine the effect of shipping rates, service quality and timeliness on customer satisfaction using PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) in Semarang. The research method used is quantitative and uses primary data in the form of a questionnaire. The population used is customers using PT delivery services. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) in all parts of Semarang City which has been used at least 2 times. The sample used was 104 respondents, using purposive sampling technique. The analysis method uses multiple regression analysis with the SPSS application. The results of this research show that each variable, shipping rates, service quality, and timeliness have a positive and significant effect on customer satisfaction

Keywords: shipping rates, service quality, timeliness, customer satisfaction

Abstrak

Kepuasan pelanggan merupakan sebagai perasaan para pelanggan, baik itu berupa suatu kesenangan atau rasa kekecewaan pelanggan timbul dari membandingkan penampilan sebuah suatu produk akan dihubungkan dengan harapan pelanggan atas produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tarif pengiriman, kualitas pelayanan, dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Di Semarang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan menggunakan data primer berupa kuesioner. Populasi yang digunakan yaitu pelanggan pengguna jasa pengiriman PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) di seluruh bagian Kota Semarang yang pernah menggunakan minimal 2 kali pemakaian. Sampel yang digunakan adalah 104 responden, dengan menggunakan Teknik purposive sampling. Metode analisis menggunakan analisis regresi berganda dengan aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan masing-masing variabel, tarif pengiriman, kualitas pelayanan, dan ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan secara simultan tarif pengiriman, kualitas pelayanan, dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: tarif pengiriman, kualitas pelayanan, ketepatan waktu, kepuasan pelanggan

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, perusahaan jasa pengiriman semakin berkembang pesat. Salah satu faktor yang melatar belakangi situasi tersebut adalah meningkatnya minat berbelanja di pasar elektronik atau e-commerce. Indonesia sendiri mempunyai banyak perusahaan yang bergerak di bidang jasa

pengiriman baik BUMN maupun swasta, misalnya JNE, POS Indonesia, ID Express, J&T Express, Anteraja, TIKI, SiCepat, dan lainnya. Sementara itu, beberapa perusahaan menyediakan layanan pengiriman barang internasional seperti Nippon Express, DHL, FedEx, dan lainnya. Dengan beragam pilihan layanan pengiriman, pelanggan dapat memilih pengiriman sesuai dengan preferensi dan uang yang tersedia (Hafizha et al., 2019).

PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) adalah perusahaan jasa logistik terkemuka di Indonesia yang telah melayani kebutuhan pengiriman paket sejak tahun 1970. Dengan pengalaman puluhan tahun, TIKI telah menjadi mitra terpercaya bagi pelanggan yang membutuhkan layanan pengiriman cepat dengan harga terjangkau.

Tabel 1
Data keluhan pelanggan PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI)
di seluruh cabang Kota Semarang tahun 2021-2023

No	Kategori Komplain	Tahun Komplain	Jumlah Keluhan
1	Kualitas Pelayanan	Tahun 2023	30
		Tahun 2022	9
		Tahun 2021	17
2	Paket terlambat dalam pengiriman	Tahun 2023	22
		Tahun 2022	13
		Tahun 2021	21
3	Paket tidak diantar ke alamat tujuan	Tahun 2023	10
		Tahun 2022	3
		Tahun 2021	3
4	Paket di retur tanpa konfirmasi	Tahun 2023	3
		Tahun 2022	-
		Tahun 2021	-
5	Paket Hilang	Tahun 2023	1
		Tahun 2022	-
		Tahun 2021	-
6	Paket Rusak	Tahun 2023	2
		Tahun 2022	1
		Tahun 2021	1
7	Masalah tarif pengiriman	Tahun 2023	2
		Tahun 2022	-
		Tahun 2021	5

Sumber: (Google Maps review Tiki Cabang Semarang, 2021-2023)

Berdasarkan tabel di atas peneliti menemukan data keluhan konsumen dari *Google Maps Review* TIKI diseluruh cabang Kota Semarang pada tahun 2021-2023. Menunjukkan bahwa tahun 2021-2023 keluhan kualitas pelayanan yang diberikan TIKI sebanyak 56 keluhan. Tahun 2021-2023 keluhan paket terlambat TIKI sebanyak 67 keluhan. Tahun 2021-2023 keluhan paket tidak diantar TIKI sebanyak 16 keluhan. Tahun 2021-2023 keluhan paket di retur tanpa konfirmasi sebanyak 3 keluhan. Tahun 2021-2023 keluhan paket hilang TIKI sebanyak 1 keluhan. Tahun 2021-2023 keluhan paket rusak TIKI sebanyak 4 keluhan. Tahun 2021-2023 keluhan tarif pengiriman TIKI sebanyak 7 keluhan.

Dengan adanya data keluhan konsumen di atas, sehingga digambarkan bahwasannya konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Seperti yang diketahui, kepuasan konsumen sangat diperlukan pada perusahaan.

II. LITERATURE REVIEW

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian Hafizha et al., (2019) menunjukkan bahwa tarif pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, menjelaskan apabila tarif yang ditawarkan perusahaan jasa pengiriman terjangkau maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Wulandari &

Sevtiani, (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, menjelaskan apabila kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Jaya & Mahfudz (2018) menunjukkan bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, menjelaskan apabila ketepatan waktu pengiriman barang yang tepat pada waktunya maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

2.2 Kepuasan Pelanggan

Menurut Hafizha et al., (2019) Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Jika performanya kurang dari ekspektasi maka konsumennya akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi maka konsumen akan merasa puas.

2.3 Tarif pengiriman

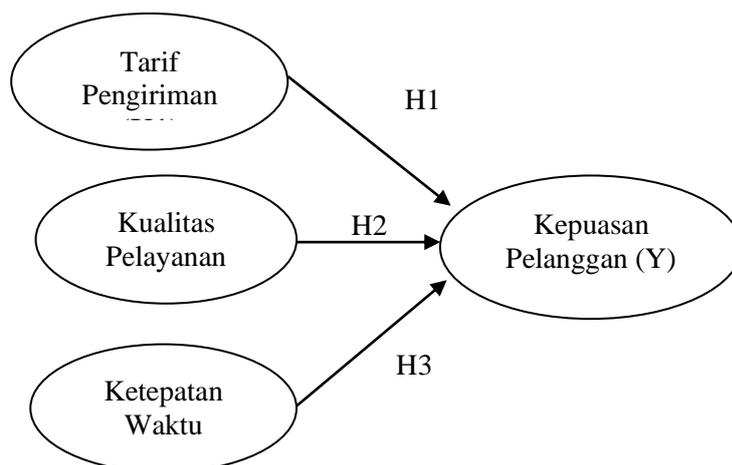
Menurut Akbar & Muniarty (2022) Tarif atau harga pengiriman adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa dari nilai yang ditukarkan kepada pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

2.4 Kualitas Pelayanan

Menurut Febriani & Cahya, (2021) kualitas pelayanan yaitu upaya untuk mengidentifikasi keperluan dan kemauan konsumen, karena layanan yang ditunjukkan secara eksplisit oleh pengguna akan segera menerima peringkat yang lebih rendah atau lebih rendah dari ini.

2.5 Ketepatan Waktu

Menurut Jaya & Mahfudz (2018) Ketepatan waktu adalah ketika pesanan terkirim secara lengkap dan tepat pada tanggal yang disepakati antara pihak antara penjual dan konsumen hingga saatnya produk sampai ke alamat tujuan.



Gambar 1
Kerangka Berfikir

H₁ = Tarif pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
H₂ = Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
H₃ = Ketepatan Waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

III. METODE PENELITIAN

2.1 Definisi Operasional

Tabel 2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Tarif Pengiriman (X ₁)	Tarif atau harga pengiriman adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa dari nilai yang ditukarkan kepada pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Akbar & Muniarty, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kejangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima 3. Kesesuaian harga dengan daya saing produk atau jasa lain yang sejenis. 4. Kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa (Anshar & Mashariono, 2019)
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan (Sakti & Mahfudz, 2018).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berwujud (<i>tangible</i>) 2. Keandalan (<i>Realibility</i>) 3. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) 4. Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>) 5. Empati (<i>empathy</i>) (Attamimi et al., 2020)
Ketepatan Waktu (X ₃)	Ketepatan waktu dapat tercapai jika penyedia jasa memperhatikan keinginan pelanggan. Penyedia jasa harus bisa mengupayakan pengiriman sampai ditangan dengan tepat waktu (Sunarmintyastuti et al., 2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketepatan dalam jasa pengiriman barang 2. Ketepatan dalam menentukan harga 3. Ketepatan dalam menentukan waktu (Hafizha et al., 2019)
Kepuasan Pelanggan (Y)	Pelanggan yang puas membentuk landasan dari setiap bisnis yang sukses karena kepuasan pelanggan mengarah pada pembelian berulang, loyalitas merek, dan promosi (Bahrun & Putra, 2023).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan dan kenyataan. 2. Minat Pembelian ulang 3. Kesiediaan untuk merekomendasikan. (Sakti & Mahfudz, 2018)

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat di seluruh bagian Kota Semarang yang pernah menggunakan jasa pengiriman PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) minimal 2 kali pemakaian yang jumlahnya belum diketahui. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen pengguna jasa pengiriman PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) diseluruh cabang TIKI Kota Semarang. Khususnya masyarakat diseluruh bagian Kota Semarang menjadi sampel dan berusia minimal 18 tahun. Dalam penelitian ini menggunakan *Non-Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, khususnya *Purposive Sampling*.

Jika jumlah sampel dalam penelitian tidak diketahui secara pasti, maka sampel dihitung menggunakan rumus *Lemeshow*:

Keterangan:

- n : Banyaknya sampel yang diperlukan
- z : Nilai standart = 1,96
- p : Maksimal estimasi = 50% = 0,5
- d : Alpha (0,10) atau sampling eror = 10%

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$
$$= \frac{(1.96^2) (0.5)(1-0.5)}{(0.10^2)}$$
$$= \frac{(3.8416) (0.5)(0.5)}{(0.01)}$$
$$= \frac{(0.9604)}{(0.01)}$$
$$= 96,04$$

Jadi diperoleh hasil 96 orang untuk minimal sampel dengan menggunakan Teknik *Lemeshow* karena ada begitu banyak orang dalam populasi yang diteliti dan ciri-ciri mereka sangat bervariasi.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan metode yang umum digunakan dalam penelitian survei untuk mendapatkan tanggapan dari berbagai responden (Muafa, 2018). Menurut Fitri et al., (2024) Teknik pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* 5 peringkat jawaban sebagai berikut:

- a. Jika memilih jawaban “STS” maka akan diberi nilai = 1
- b. Jika memilih jawaban “TS” maka akan diberi nilai = 2
- c. Jika memilih jawaban “N” maka akan diberi nilai = 3
- d. Jika memilih jawaban “S” maka akan diberi nilai = 4
- e. Jika memilih jawaban “SS” maka akan diberi nilai = 5

1.4 Metode Analisis

Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu kuesioner. Sehingga dapat membantu memastikan bahwa alat ukur tersebut secara akurat dan dapat diandalkan (Hafizha et al., 2019).

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan kuesioner dikatakan reliabel jika respon responden terhadap pertanyaan kuesioner konsisten dan stabil dari waktu ke waktu (Hafizha et al., 2019).

1.4.1 Analisis Regresi Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis sejauh mana hubungan antara satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen (Hafizha et al., 2019). Maka dari itu diformulasikan model regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + e$$

Keterangan

- Y = Kepuasan Pelanggan
- a = Konstanta
- b₁, b₂, b₃ = Koefisien Regresi
- X₁ = Tarif Pengiriman
- X₂ = Kualitas Pelayanan
- X₃ = Ketepatan Waktu
- e = Error

1.4.2 Uji Hipotesis

a) Uji T

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh dari satu variabel *independent* atau yang secara individual dalam menjelaskan variasi variabel *dependen* (Attamimi et al., 2020).

b) Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara bersamaan atau simultan (Hafizha et al., 2019).

c) Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi adalah ukuran sejauh mana variabel independen terhadap variasi naik turunnya variabel dependen secara serempak (Hafizha et al., 2019).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas Uji validitas diperlukan untuk memastikan bahwa pernyataan dari kuesioner terbilang valid atau tidak, Persamaan kriteria valid atau tidak valid suatu data adalah sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Validitas

No.	Variabel/Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Kepuasan Pelanggan (Y)			
	Saya puas karena pelayanan jasa sesuai yang diharapkan	0,740	0,195	valid
	Saya puas dengan jasa pengiriman dan akan berminat akan menggunakannya kembali	0,851	0,195	valid
	Saya puas dengan jasa pengiriman dan akan berminat merekomendasikan kepada orang lain	0,789	0,195	valid
2	Tarif Pengiriman (X1)			
	Tarif jasa ekspedisi dari PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) terjangkau sesuai kemampuan saya.	0,819	0,195	valid
	Tarif jasa ekspedisi dari PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan	0,742	0,195	valid
	Menurut saya, tarif jasa ekspedisi dari PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) memiliki daya saing dengan ekspedisi lainnya	0,551	0,195	valid
	Menurut saya, tarif jasa ekspedisi dari PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) sesuai dengan kualitas jasa yang diberikan.	0,675	0,195	valid
3	Kualitas Pelayanan (X2)			
	Saya merasa kenyamanan tempat pelayanan yang	0,717	0,195	valid

No.	Variabel/Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
	diberikan pihak PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) sangat baik kepada pelanggan.			
	Saya merasa pegawai PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) memiliki kecermatan dalam melayani pelanggan	0,716	0,195	valid
	Saya merasa pegawai PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) memiliki ketanggapan dalam melayani pelanggan	0,661	0,195	valid
	Saya merasa pegawai PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) berpengetahuan luas dalam menjawab kekhawatiran tentang barang yang dikirim pelanggan	0,659	0,195	valid
	Saya merasa pegawai PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) pelayanan yang diberikan dengan sikap baik dan sopan santun kepada pelanggan	0,727	0,195	valid
4	Ketepatan Waktu (X3)			
	Menurut saya, ketepatan waktu pengiriman merupakan tanggungjawab yang profesional agar pelanggan puas.	0,681	0,195	valid
	Menurut saya, ketepatan waktu berpengaruh pada harga yang ditetapkan	0,800	0,195	valid
	Menurut saya, proses pengiriman selalu datang tepat waktu.	0,772	0,195	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2024.

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 3 diatas menunjukkan bahwa nilai r hitung setiap pertanyaan atau kuesioner lebih besar dibanding nilai r tabel. Hasil ini menunjukkan bahwa pernyataan atau kuesioner yang digunakan oleh variabel Tarif Pengiriman, Kualitas Pelayanan, dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan instrumen yang akan memberikan hasil yang sama jika digunakan berulang kali untuk mengukur objek (Hafizha et al., 2019).

Tabel 4
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Cut of value	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,704	0,60	Reliabel
Tarif Pengiriman (X1)	0,644	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,733	0,60	Reliabel
Ketepatan Waktu (X3)	0,612	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 5 diatas menunjukkan bahwa seluruh nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60. Hasil ini memperlihatkan bahwa kuesioner atau indikator variabel Tarif Pengiriman, Kualitas Pelayanan, dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan terbukti reliabel sebagai alat ukur variabel.

4.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis sejauh mana hubungan antara satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen (Hafizha et al., 2019).

Tabel 5
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.040	1.012		-1.027	.307
TARIF PENGIRIMAN	.370	.059	.451	6.238	.000
KUALITAS PELAYANAN	.174	.047	.265	3.671	.000
KETEPATAN WAKTU	.284	.060	.310	4.774	.000

Sumber : Data primer yang diolah,2024.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = -1,040 + 0.370X_1 + 0.174X_2 + 0.284X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

X₁ = Tarif Pengiriman

X₂ = Kualitas Pelayanan

X₃ = Ketepatan Waktu

b₁, b₂, b₃ = Koefisien Regresi

e = Standar error

Dengan interpretasi sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebesar -1,040 memberi arti apabila variabel bebas tarif pengiriman, kualitas pelayanan, dan ketepatan waktu bernilai tidak ada, maka besarnya variabel terikat kepuasan pelanggan adalah bernilai negatif atau menurun.
2. Koefisien regresi Tarif Pengiriman (b₁) bernilai positif, yaitu 0,370 yang berarti jika tarif pengiriman terjangkau maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Artinya variabel tarif pengiriman (X₁) memiliki hubungan searah dengan peningkatan kepuasan pelanggan (Y).

3. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (b_2) bernilai positif, yaitu 0,174 yang berarti jika Kualitas Pelayanan ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Artinya variabel kualitas pelayanan (X_2) memiliki hubungan searah dengan peningkatan kepuasan pelanggan (Y).
4. Koefisien regresi Ketepatan Waktu (b_3) bernilai positif, yaitu 0,284 yang berarti jika ketepatan waktu pengiriman ditingkatkan maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Artinya variabel ketepatan waktu (X_3) memiliki hubungan searah dengan peningkatan kepuasan pelanggan (Y).

4.2.1 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan nilai signifikansi $< 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh Tarif Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan.
Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai Thitung sebesar $6,238 > T_{tabel} 1,987$. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa tarif pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, diterima.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.
Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung sebesar $3,671 > T_{tabel} 1,987$. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, diterima.
3. Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan.
Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung sebesar $4,774 > T_{tabel} 1,987$. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, diterima.

4.2.3 Uji F (Simultan)

Uji F juga dapat digunakan untuk menentukan apakah model suatu penelitian dinyatakan fit atau baik.

Tabel 6
Hasil uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	161.349	3	53.783	57.195	.000 ^b
Residual	94.035	100	.940		
Total	255.385	103			

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel diatas, jika nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai F hitung $>$ nilai F tabel maka dapat diartikan bahwa variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen.

4.2.4 Uji Koefisien Determinasi (R_2)

Koefisien determinasi adalah ukuran sejauh mana variabel independen terhadap variasi naik turunnya variabel dependen secara serempak.

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.621	.970

Sumber : Data primer yang diolah,2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi 0,621. Keadaan ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu tarif pengiriman, kualitas pelayanan serta ketepatan waktu memberi kontribusi pengaruh sebesar 62,1% terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya 37,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 4 indikator yang terdapat di tarif pengiriman, indikator yang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan dengan rata-rata 4,16 yaitu (X1.3) menurut saya, tarif jasa ekspedisi dari PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) memiliki daya saing dengan ekspedisi lainnya, dan rata-rata terendah terdapat pada indikator (X1.1) yaitu tarif jasa ekspedisi dari PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) terjangkau sesuai kemampuan saya. Tarif pengiriman juga sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan maksimal apabila indikator-indikator tarif pengiriman terpenuhi seperti keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima, kesesuaian harga dengan daya saing dengan ekspedisi lain, dan kesesuaian harga dengan kualitas jasa yang diterima. Apabila Indikator tersebut dapat terpenuhi maka akan terciptanya tarif pengiriman yang terjangkau sehingga akan berdampak meningkatnya kepuasan pelanggan pada perusahaan. Hasil penelitian sejalan oleh Hafizha et al., (2019), dan Attamimi et al., (2020) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Tarif Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa dari 5 indikator yang terdapat di kualitas pelayanan indikator yang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan dengan rata-rata 4,02 yaitu (X2.1) Saya merasa kenyamanan tempat pelayanan yang diberikan pihak PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) sangat baik kepada pelanggan, dan indikator (X2.2) Saya merasa pegawai PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) memiliki kecermatan dalam melayani pelanggan. Indikator dengan rata-rata terendah 3,92 terdapat pada indikator (X2.4) Saya merasa pegawai PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) berpengetahuan luas dalam menjawab kekhawatiran tentang barang yang dikirim pelanggan, dan (X2.5) Saya merasa pegawai PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) pelayanan yang diberikan dengan sikap baik dan sopan santun kepada pelanggan. Kualitas pelayanan juga sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Apabila Indikator tersebut dapat terpenuhi maka akan terciptanya kualitas pelayanan yang baik sehingga akan berdampak meningkatnya kepuasan pelanggan pada perusahaan. Hasil penelitian sejalan oleh Bahrun & Putra, (2023), dan Wulandari & Seviani, (2022) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 3 indikator yang terdapat di kualitas pelayanan, indikator yang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan dengan rata-rata 4,16 yaitu (X3.1) Menurut saya, ketepatan waktu pengiriman merupakan tanggungjawab yang profesional agar pelanggan puas, dan rata-rata terendah 4,03 terdapat indikator (X3.3) Menurut saya, proses pengiriman selalu datang tepat waktu. Artinya bahwa ketepatan waktu yang diberikan PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) kurang tepat dalam pengiriman di masyarakat Kota Semarang. Ketepatan waktu juga sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Apabila Indikator tersebut dapat terpenuhi maka akan terciptanya ketepatan waktu sehingga akan berdampak meningkatnya kepuasan pelanggan pada perusahaan. Hasil penelitian sejalan oleh Sakti & Mahfudz, (2018), dan Mawarni & Adi, (2022) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan yang telah disajikan berdasarkan data penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tarif pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5.2 Saran

Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Bagi penelitian selanjutnya yang akan datang disarankan penelitian ini bisa dijadikan referensi serta menambahkan variabel-variabel lainnya yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan yang belum ada pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A., & Muniarty, P. (2022). Pengaruh Harga Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen Satria Antarana Prima (SAP) Express Di Kota Bima.
- Akbar Maula Fachreza, Ari Arisman, B. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pada Konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Indihiang). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi (JISMA)*,
- Anshar, A., & Mashariono. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(4), 1–16.
- Attamimi, F. M., Hufron, M., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen JNE Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 2010, 27–39.
- Bahrin, K., & Putra, K. G. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia Di Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis(JMMIB)*, 4(1).
- Febriani, A., & Cahya, H. N. (2021). Penerapan Jual Beli Akad Salam Dan Istishna' Dalam Layanan Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol. 24*(2016), 66–74.
- Fitri, A. A., Haziroh, A. L., Sartika, M., & Wardhani, M. F. (2024). Meningkatkan Keputusan Pembelian Skincare Korea Dengan Pengetahuan Produk Halal. *Economics and Digital Business Review* 5(1), 273–288.
- Hafizha, S., Abdurrahman, & Sri Nuryani, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72.
- Jaya Sakti, B., & Manajemen, J. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J&T Express Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–8.
- Jayanti, K. F., Fatimah, F., & Izudin, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Jne Di Besuki. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 182–191.
- Mawarni, O. D., & Adi, S. W. (2022). Pengaruh Fasilitas Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Studi Pada J&T Express Cabang Kota Karanganyar). *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 445–450.
- Melisari, Farida, E., & Millaningtyas, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan

- Kepercayaan Layanan J&T Express Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Marketplace (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma) Melisari*).
- Muafa, I. W. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman JNE Di Merauke. *Journal of Business & Management*, 1(1).
- Ningtiyas, T. S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1), 46–53.
- Sudaryana, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal of Management Review*,
- Sunarmintyastuti, L., Arie Prabowo, H., Sandiar, L., Aries Suprpto, H., Manurung, L., & Iramdan. (2021). Pengaruh Pelayanan Daring dan Ketepatan Waktu Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan BPRS AL Salaam Cilengsi Bogor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 7(1), 1–7.
- Tiki cabang Semarang. (n.d.). Maps, Google. Retrieved November 26, 2023, from <https://www.google.com/maps/place/TIKI+Cabang+Semarang>
- Wulandari, Z., & Sevtiani, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Express Karawang. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(6),