



PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KETEPATAN PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA PENGIRIMAN J&T EKSPRES DI PANGKALAN BRANDAN

Sarifah Sianturi ¹, Eka Dewi Setia Tarigan ², Teddi Pribadi ³

^{1,2,3}Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

sarifahsiantury@gmail.com ¹, aprilsitepu@ymail.com ²,
teddipribadi71@gmail.com ³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kepercayaan dan ketepatan pengiriman mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Ekspres di Pangkalan Brandan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi data panel. Dan pengujian hipotesis menggunakan SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Ekspres di Pangkalan Brandan, ketepatan pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Ekspres di Pangkalan Brandan.

Kata Kunci: Kepercayaan; Ketepatan Pengiriman; kepuasan pelanggan

Abstract

This research aims to find out whether trust and accuracy of delivery have a positive and significant influence on customer satisfaction when using the J&T Ekspres delivery service in Pangkalan Brandan. The data collection technique in this research uses documentation with a quantitative approach. The data analysis techniques used are descriptive statistical analysis and panel data regression analysis. And testing the hypothesis using SPSS 27.

The research results show that trust partially has a positive and significant effect on customer satisfaction in using the J&T Express delivery service in Pangkalan Brandan, delivery accuracy has a positive and significant effect on customer satisfaction in using the J&T Express delivery service in Pangkalan Brandan.

Keywords: Trust; Delivery Accuracy; Customer Satisfaction.

PENDAHULUAN

Melihat situasi dunia bisnis di era globalisasi saat ini, membuat para pebisnis terus berupaya sebaik mungkin untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Tentunya ini menjadi tantangan yang harus dihadapi para pelaku bisnis untuk membuat konsumen puas dengan segala yang diinginkannya. Perkembangan toko online atau e-commerce perlahan-lahan mengubah cara konsumsi masyarakat. Misalnya dalam cara mengkonsumsi barang, masyarakat kini lebih memilih membeli barang di toko online daripada harus membeli barang di toko secara langsung.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Populix, platform market research yang menjadi rujukan pelaku usaha dalam mencari tahu kebutuhan pasar dengan jutaan responden diberbagai wilayah di Indonesia, melakukan survei terkait tren jasa ekspedisi dan pengiriman barang. Dari 5920 responden, 44% diantaranya melakukan belanja online sekali dalam sebulan. Sementara 17% responden seminggu lebih dari satu kali berbelanja online. Selain itu berdasarkan survey dari Markplus, inc, bahwa pengguna layanan jasa kirim barang pada market place meningkat sebanyak 85,20% dan persebaran domisili pengguna layanan jasa kirim barang ada 59,8% di Jabodetabek dan 41,2% diluar jabodetabek.

Berdasarkan survei terdahulu dan pengamatan secara langsung ke lapangan yang dilakukan penulis terdapatlah fenomena masalah yang berhubungan dengan menurunnya kepuasan pelanggan dikarenakan tingkat kepercayaan menipis dan ketidaktepatan dalam mengirim barang, kenyataan yang lebih dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan yang kurang dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dikatakan tidak bermutu (Lupiyoadi, 2001). Kalau dirujuk kembali rating dan ulasan pada J&T Express Pangkalan Brandan, ditemukan bahwa kenyataan kurang dari yang diharapkan, berarti kualitas pelayanan tidak bermutu.



Banyaknya pelanggan di PT. J&T Express Pangkalan Brandan dibuktikan berdasarkan catatan transaksi yang terjadi selama tahun 2023 seperti pada table 1. berikut ini:

Tabel 1. Data Jumlah Konsumen Periode Januari – Juni 2023

No	Tahun 2023	Jumlah Konsumen J&T Express Perbulan
1	Januari	306 Orang
2	Februari	284 Orang
3	Maret	300 Orang
4	April	280 Orang
5	Mei	230 Orang
6	Juni	200 Orang
	Jumlah	1.600 Orang
	Jumlah Rata-rata	267 Orang

Sumber: J&T Pangkalan Brandan

Berdasarkan tabel 1 jumlah transaksi atau konsumen yang melakukan pengiriman barang pada PT. J&T Express Pangkalan Brandan mengalami kenaikan dan penurunan jumlah konsumen yang tidak menentu. Pada bulan Januari mengalami peningkatan pada konsumen ada 306 jumlah transaksi. Bulan Februari mengalami penurunan pada konsumen yang bertransaksi hanya 284. Bulan Maret mengalami peningkatan konsumen ada 300 jumlah transaksi.

Bulan April mengalami penurunan konsumen yang bertransaksi ada 280. Bulan Mei mengalami penurunan seperti bulan April ada 230 jumlah transaksi. Kemudian bulan Juni mengalami penurunan seperti bulan Mei ada 200 jumlah transaksi. Inilah mengapa J&T Express Pangkalan Brandan harus melakukan inovasi dan meningkatkan pelayanannya. Pelayanan bisa dilakukan dengan meningkatkan perluasan jangkauan, mempercepat proses pengiriman barang, dan ketanggapan petugas dalam melayani pelanggan yang ingin mengirimkan paket. Itu semua merupakan serangkaian pengalaman yang dapat dirasakan oleh pelanggan pada saat menggunakan jasa pengiriman.

Beberapa keluhan pelanggan J&T Express Pangkalan Brandan pada rating dan ulasan yang disebut diatas adalah mengenai kepercayaan dan ketepatan pengiriman dalam pengiriman barang. Beberapa contoh kasus tentang ketepatan pengiriman seperti yang diutarakan oleh Prilly Priscillia dalam ulasannya bahwa respon petugas J&T Express Pangkalan Brandan sangat lambat padahal dalam pemberitahuan paket sudah diantar kurir tapi sudah 2 hari gak sampai-smpai dan tiba-tiba udah gagal aja pemberituannya, padahal alamat sudah lengkap dan sudah tertera juga



nomor handphone pembeli, Prilly Priscilla mengatakan poses pengantaran sangat lambat. Bahkan ada lagi yang mengeluhkan pengiriman lambat padahal dari Pangkalan Brandan ke Medan masa sampai semingguan, adminnya juga slow respon, sama sekali tidak peduli sepertinya.

Selanjutnya beberapa contoh kasus tentang kepercayaan konsumen kepada ekspedisi J&T Express Pangkalan Brandan yang diutarakan oleh Cindy bahwa petugas yang didepan malas, counter belum tutup sudah dibilang tutup. Padahal jelas-jelas disini tutup 18.00. Bahkan ada lagi yang mengeluh yang disampaikan oleh Sara bahwa pengiriman berkas yang penting lama sampai, sangat bertele-tele, giliran paket tersebut sampai malah berkasnya sudah ada yang sobek dan basah. Dan ada yang bilang bahwa kurir nya buruk dan attitude dalam berbicara 0, masa barang belum sampai tapi sudah dikonfirmasi sudah sampai dan ketika datang barang berbeda, pihak kurir emosi dan maki-maki saya kan ga cocok, mana omongannya tidak bagus dan kaya ga makan bangku sekolahan, buruk, terus pembatalan sepihak oleh kurir. Beberapa contoh kasus diatas membuat para konsumen tidak merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh karyawan J&T Express Pangkalan Brandan sehingga hilang lah rasa kepercayaan konsumen untuk menggunakan J&T Express Pangkalan Brandan.

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman J&T Express di Pangkalan Brandan”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah asosiatif, menurut Sugiyono (2012:11) pendekatan asosiatif adalah pendekatan dengan menggunakan dua atau lebih variabel guna mengetahui hubungan atau pengaruh yang satu dengan yang lain. Penelitian direncanakan di Jalan Thamrin, Pelawi Utara, Kec.Babalan, Pangkalan Brandan, Sumatera Utara, Kode Pos 20857, yang akan dilaksanakan dari bulan Oktober 2023 sampai bulan Juni 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa pengiriman J&T Express Pangkalan Brandan. Konsumen J&T Express Pangkalan Brandan rata-ratanya perbulan adalah 267 orang. Jadi ada 1.600 orang yang menggunakan J&T Express Pangkalan Brandan dalam 6 bulan. Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel Random Sampling karena pengambilan anggota poulasi dilaukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data



sekunder dan data primer. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain Pengamatan (observation), Daftar pertanyaan (Questionnaire). Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu Data yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber-sumber bacaan serta data mengenai sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas perusahaan yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti. Dan data primer diperoleh langsung dari objek penelitian, wawancara dan daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden yaitu para pelanggan PT. J&T Express yang melakukan pengiriman barang sebanyak 3 kali, diolah dalam bentuk data melalui alat statistik.

Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas atau variabel independent yaitu kepercayaan (X1), ketepatan pengiriman(X2), dan sedangkan variabel terikat atau dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Kepercayaan (X1) adalah suatu kesadaran dan perasaan yang dimiliki oleh pelanggan untuk mempercayai sebuah produk, dan digunakan penyedia jasa sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Ketepatan Pengiriman (X2) adalah ketepatan waktu pengiriman dan jaminan barang pesanan konsumen selamat hingga sampai tujuan menjadi ujung tombak perusahaan agar tetap dapat memperoleh kepercayaan dan kesetiaan konsumen. Kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Ekspres di Pangkalan Brandan (Y) adalah Kepuasan pelanggan adalah hasil dari reaksi kinerja sebuah perusahaan yang dapat dirasakan oleh seseorang konsumen, dimana hasilnya sesuai dengan harapan konsumen tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini secara umum menggunakan sumber data primer dan sekunder, yaitu data primer diperoleh langsung dari objek penelitian, wawancara dan daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden dan data yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber-sumber bacaan serta data mengenai sejarah dan perkembangan perusahaan. Data dikumpulkan untuk tahun 2023. Data yang ditemukan dalam penelitian ini adalah fakta data saham yang dikumpulkan dalam 1 tahun. Penelitian ini dilakukan terhadap 94 sampel responden yang berguna untuk melanjutkan penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi



antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji kolmogorof smirnov test. Uji dilakukan untuk mengetahui distribusi data normal atau tidak.

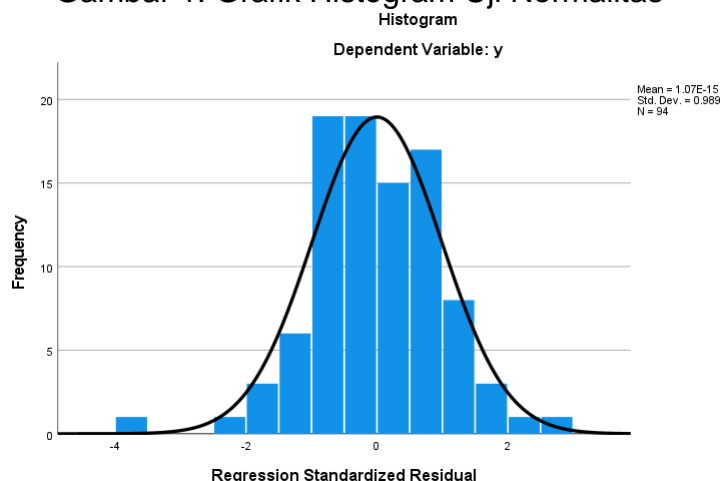
- a) Jika nilai Asymp sig > 0.5 Maka data Berdistribusi normal
- b) Jika nilai Asymp sig < 0,5 Maka data tidak normal

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized residual
N		
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1.42380077
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,053
	Negative	-,081
Test Statistic		,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		,108 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Pada Tabel 2. terlihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,108 dan diatas nilai signifikansi (0,05) hal ini berarti variabel residual data berdistribusi normal.

Gambar 1. Grafik Histogram Uji Normalitas



Berdasarkan gambar Gambar 1. diatas histogram di atas

menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal karena bentuk kurva memiliki kemiringan yang cenderungimbang dan kurva menyerupai lonceng. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut normal.

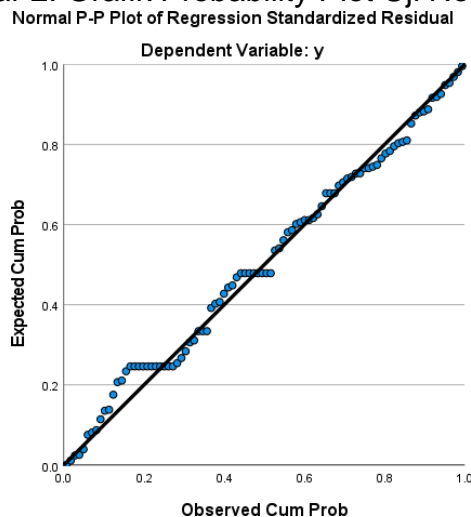
Grafik Normality Probability Plot, ketentuan yang digunakan adalah:

1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Hasil uji normalitas menggunakan grafik normality probability plot dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar 2. Grafik Probability Plot Uji Normalitas



Sumber: Data diolah pada SPSS 27 (2024)

Gambar 2 di atas menunjukkan bahwa probability plot memiliki pola distribusi normal karena pencaran data berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal tersebut. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Model regresi yang baik adalah jika model tersebut tidak mengandung gejala multikolinieritas, yaitu terjadinya korelasi (mendekati sempurna) antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas antar variabel dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflated Factor) dimana bila nilai VIF > 10, maka dapat dikatakan terdapat gejala multikolinieritas.

Tabel 3 Hasil uji multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.1684	.911		5.141	.000		
	X1	.414	.060	.568	6.896	.000	.825	1.225
	X2	.106	.043	.203	2.462	.016	.820	1.221

a. Dependent Variable: Y

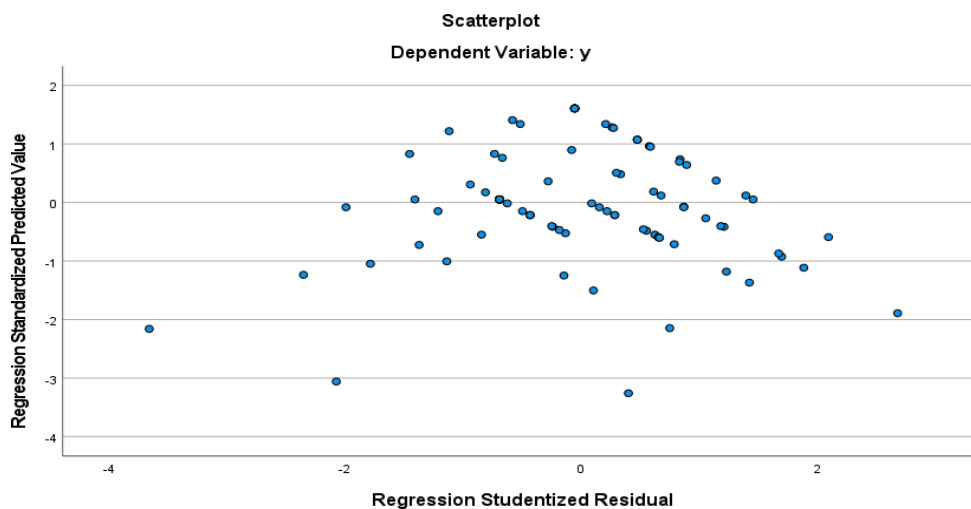
Sumber: Data diolah pada SPSS 27 (2024)

Dari Tabel 3 dapat dilihat bahwa semua variabel independen mempunyai nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan tidak adanya problem multikolinieritas (tidak terdapat hubungan linier yang sangat tinggi antara variabel independen). Dapat juga dilihat dari kolom tolerance yang menunjukkan semua nilai tolerance > 0,1, hal ini berarti tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Analisis regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. “Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot, jika ada 46 pola tertentu maka telah terjadi heteroskedastisitas pada analisis regresi” (Situmorang et al., 2010:100).

Gambar 3. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas



Pada Gambar 3 grafik scatterplot terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar

baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada analisis regresi, sehingga analisis regresi layak dipakai untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan masukan variabel kepercayaan dan ketetapan pengiriman..

Analisis Regresi Data Panel

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (kepercayaan dan ketepatan pengiriman) terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan PT. J&T Express Pangkalan Brandan Analisis dilakukan dengan bantuan program SPSS Statistics 24 for windows.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Mode	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.1684	.911		5.141	.000
	X1	.414	.060	.568	6.896	.000
	X2	.106	.043	.203	2.462	.016

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah pada SPSS 27 (2024)

Persamaan regresi linear berganda yang digunakan adalah:

$$Y = 4,684 + 0,414X1 + 0,106X2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Konstanta bernilai 4,684 menunjukkan bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel bebas (X1, X2) maka loyalitas (Y) akan bernilai 4,684
- 2) Koefisien X1 (β_1) = 0,414, ini menunjukkan setiap terjadi peningkatan variabel kepercayaan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan minat beli sebesar 41,4 %. Jika variabel lain dianggap konstan.
- 3) Koefisien X2(β_2) = 0,106, ini menunjukkan setiap terjadi peningkatan variabel ketetapan pengiriman sebesar satu satuan maka akan meningkatkan minat beli sebesar 10,6 %. Jika variabel lain dianggap konstan.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial pada penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh dari variabel bebas yaitu X1 dan X2 berupa kepercayaan dan ketepatan



pengiriman secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Pangkalan Brandan. Dibawah ini dapat dilihat hasil perhitungan. ketentuan pengambilan keputusan pada uji ini yaitu :

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent secara parsial.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $> 0,05$ maka variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent secara parsial.

Tabel 5 Hasil Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.1684	.911		5.141	.000
	X1	.414	.060	.568	6.896	.000
	X2	.106	.043	.203	2.462	.016

Sumber: Data diolah pada SPSS 27 (2024)

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t pada variabel kepercayaan (X1) diperoleh nilai thitung sebesar 6,896 dengan sig. ,000. Hal ini berarti bahwa $t_{hitung} > t_{Tabel}$ (1,986) maka H_0 ditolak sehingga variabel kepercayaan (X1) dengan taraf $\alpha = 5\%$ secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang dibuktikan dengan nilai (sig. 0,000 $< 0,05$).
2. Hasil uji t pada variabel ketepatan pengiriman (X2) diperoleh nilai thitung sebesar 2,462 dengan sig. 0,016. Hal ini berarti bahwa t_{hitung} (2,462) $> t_{Tabel}$ (1,986) maka H_0 ditolak sehingga variabel ketepatan pengiriman (X2) dengan taraf $\alpha = 5\%$ secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang dibuktikan dengan nilai (sig. 0,016 $< 0,05$).

Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan pada penelitian ini digunakan untuk melihat apakah variabel independent yaitu X1 dan X2 secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel terikat. jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel dianggap berpengaruh. Apabila sig $< 0,1$ maka variabel dinyatakan



signifikan.

Tabel Hasil 6 Uji Simultan

Model		Sum of Squares	df	Anova ^a		
				Mean Square	F	Sig.
1	Regression	171.866	2	85.933	42.434	.000 ^b
	Residual	200.694	91	2.069		
	Total	372.560	93			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1, X2 Sumber: Data diolah pada SPSS 27 (2024)

Berdasarkan hasil uji F diatas, nilai F hitung yang diperoleh sebesar 42,434 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil Fhitung tersebut masih lebih besar jika dibandingkan dengan Ftabel-nya yang nilainya sebesar 3,096. Sementara nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi-nya ($\alpha = 0,05$). Hasil tersebut menjelaskan bahwa variabel X (kepercayaan, ketetapan pengiriman, dan Lokasi) secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan).

Uji Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) dinyatakan dalam persentase yang nilainya berkisar antara 0-1. Nilai R^2 yang mendekati 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2016). Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel 7 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Model Summary ^b	
			Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.471	.450	1.43840

a. Predictors: (Constant), X1, X2

b. Dependent Variable: Y Sumber: Data diolah pada SPSS 27 (2024)

Berdasarkan Tabel 7 maka dapat disimpulkan bahwa hasil Uji Koefisien Determinasi diatas, nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,450. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan variabel X (kepercayaan, ketetapan pengiriman) secara bersama-sama terhadap variabel Y (kepercayaan pelanggan), Jasa Pengiriman J&T

Express Pangkalan Brandan yaitu sebesar 45%.

Hubungan Kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Ekspres di Pangkalan Brandan Terhadap Kepuasan pelangganLQ45

Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan J&T express Pangkalan Brandan, melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai thitung sebesar 6,896 dengan sig. 0,016. Hal ini berarti bahwa thitung (6,896) > tTabel (1,986) dengan nilai (sig. 0,016 < 0,05). maka H0 ditolak sehingga variabel ketetapan pengiriman (X2) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT J&T Express Pangkalan Brandan (hipotesis pertama diterima).

Hal ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Sasha Dwi Harumi (2016) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan, kepuasan pelanggan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan

Hubungan Ketepatan pengiriman Terhadap Kepuasan pelangganLQ45

Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan J&T express Pangkalan Brandan, melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh memiliki nilai thitung sebesar 2,462 dengan sig. 0,016. Hal ini berarti bahwa thitung (2,462) > tTabel (1,986) dengan nilai (sig. 0,016 < 0,05) maka H0 ditolak sehingga variabel ketetapan pengiriman (X2) dengan taraf $\alpha = 5\%$ secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hal ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Nasution (2020) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ketepatan pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada J&T Express di Kota Medan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pembahasan dan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T express Pangkalan Brandan, Ketepatan pengiriman (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T express Pangkalan Brandan, Kepercayaan (X1) dan ketepatan pengiriman (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T express Pangkalan



Brandan.

REFERENSI

- Aminah, et. al, Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Pengiriman Barang dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pangkalpinang), *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB)*, Volume 17, Nomor 2, September, 2017.
- Aminah, dkk. 2017. Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Pangkalpinang, *Jurnal Profesi Manajemen Bisnis*, Vol. 17. No. 2
- 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). 17(September), 49–61.
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. J. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (studi pada PT ffigroup cabang manado). *Jurnal EMBA*, 4(1), 109–119.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif :Teori dan Praktik*. Bumi Aksara.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN* (1st ed., Vol. 1). Unitomo Press.
- Kotler dan Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Laely, N. (2016). Analisis pengaruh kepercayaan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pada pt. telkomsel di kota kediri. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 3(2), 61–74.
- Lisnasari, N., Rudi, A., & Pratiwi, D. (2016). Analisis pengaruh faktor ketepatan waktu dan tarif pengiriman barang atau jasa terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada PT Kerta Gaya Pusaka). *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (Jipmb)*, 13(November), 33–41.
- Lisnasari, Nova, dkk. "Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu dan Tarif Pengiriman Barang atau Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Kerta Gaya Pusaka)," *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB)*, Vol. 13, No. 2 (2016).
- Nasution, Adinda Rizki. Pengaruh Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman



- Terhadap Kepuasan Konsumen pada J&T Express di Kota Medan. Diss. Universitas Sumatera Utara, 2020.
- Norhermaya, Y. A., & Soesanto, H. (2016). Analisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan untuk meningkatkan minat beli ulang (studi pada online store lazada.co.id). *Diponegoro Journal of Management*,5(3),1–13.
- Nst, Ika Selvia Umayya. Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pasien pada klinik dokter gigi eka adhayani aksara medan. Diss. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2017.
- Sakti, Brillyan Jaya, and Mahfudz Mahfudz. "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 (2018): 137-144.
- Soegoto, A. S. (2013). Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 1271–1283. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.2548>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis* (cetakan kesebelas). CV. Alfabeta.
- Tania, Tania. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel Di Batam. Diss. Prodi Manajemen, 2021.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi 3). Yogyakarta: ANDI.
- Yin, yee, and T.M. Faziharudean. 2010. Factors Affecting Customer Loyalty of Using Internet Banking in Malaysia. *Journal of Eletronic Banking Systems Faculty of Businness And Accountancy. University Of Malaya*