

**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)****Oleh :****Oktaviana Dwi Mawarni**

Prodi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email : [oktavianadm99@gmail.com](mailto:oktavianadm99@gmail.com)**Suyatmin Waskito Adi**

Prodi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Article Info****Article History :**

Received 10 April - 2022

Accepted 24 April - 2022

Available Online

30 April - 2022

**Abstract**

*In the current era of globalization, shipping service companies have experienced a rapid increase. One of the reasons for this is the increasing interest in shopping through the electronic markets or commonly referred to as e-commerce. Thus, the study aims to find empirical evidence of the effect of evidence of the effect of online tracking system facilities, on time delivery, price, and service quality on customer satisfaction. The population referred to in this study are customers who use the services of J&T Express Karanganyar. This study uses a sample of 100 respondents who were customers or service users of J&T Express Karanganyar. Analysis of multiple linear regression with the help by SPSS 21 software was applied as a method of analyzing data. The study results found that on time delivery and service quality affect customer satisfaction J&T Express Karanganyar with a sig value. respectively  $(0.001 < 0.05)$  and  $(0.008 < 0.05)$ . Meanwhile, online tracking system facilities and prices have no effect on J&T Express Karanganyar customer satisfaction with a sig value. respectively  $(0.393 > 0.05)$  and  $(0.653 > 0.05)$ .*

**Keyword :**

*Online Tracking System Facility, On Time Delivery, Price, Service Quality, Customer Satisfaction*

**1. PENDAHULUAN**

Dalam era globalisasi saat ini perusahaan jasa pengiriman mengalami peningkatan yang pesat. Salah satu faktor penyebab hal tersebut adalah meningkatnya peminat belanja melalui pasar elektronik atau yang biasa dikenal *e-commerce*. Indonesia sendiri mempunyai banyak perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan pengiriman, baik BUMN ataupun swasta, contohnya JNE, POS Indonesia, ID Express, J&T Express, Anteraja, TIKI, SiCepat, dan lain sebagainya. Sementara itu, ada perusahaan yang menyediakan jasa pengiriman barang berskala internasional, seperti Nippon Express, DHL, FedEx, dan lain sebagainya. Dengan adanya keberagaman pilihan dalam jasa pengiriman, pelanggan dapat memilih jasa pengiriman sesuai selera dan dana yang mereka miliki. Dalam menanggulangi persaingan terdapat tiga

pendekatan strategis umum yang berpotensi mengungguli perusahaan lainnya di industri: keunggulan biaya keseluruhan, diferensiasi, dan orientasi perusahaan (Porter, 1980). Jasa pengiriman saat ini dipadati oleh pelanggan-pelanggan yang mempunyai karakter praktis dan kemudahan berbelanja tanpa harus bersusah payah langsung ke pusat belanja. Keadaan tersebut yang menjelaskan mengapa perusahaan jasa pengiriman harus memuaskan pelanggan yang membutuhkan layanan pengiriman. Kepuasan para pelanggan perusahaan jasa pengiriman bisa jadi dibentuk dari beberapa faktor diantaranya fasilitas pelacakan *online* (*web trace and track*), ketepatan waktu pengiriman, harga, dan kualitas pelayanan kinerja karyawan.

Kesempatan untuk mendapatkan pelanggan baru yaitu dengan adanya rasa puas dan loyal dari pelanggan (Kotler, 2007; Keller, 2007). Kepuasan

pelanggan yang dilihat dari pelanggan adalah tentang apa yang sudah mereka rasakan atas pelayanan yang perusahaan berikan daripada apa yang pelanggan inginkan. Pada akhirnya tujuan dari perusahaan yaitu untuk mewujudkan kepuasan yang pelanggan rasakan. Hal tersebut dapat memberikan manfaat beberapa diantaranya yaitu terciptanya keharmonisan hubungan antar perusahaan dengan pelanggan, loyalitas pelanggan dan pelanggan dapat melakukan pembelian ulang. Kepuasan pelanggan akan meningkat jika pelayanannya baik dan kebalikannya (Gulla, et al. 2015).

Penelitian Dewantoro, et al. (2020) perusahaan jasa pengiriman perlu melakukan survei ketepatan dalam pengiriman barang, waktu pengiriman ialah waktu dari saat pelanggan melakukan pemesanan sampai dengan saat barang diterima oleh pelanggan. Ketepatan waktu pengiriman yaitu waktu yang perusahaan butuhkan untuk mengirim barang dari tempat asal sang pengirim kemudian dikirim ke alamat tujuan pada tanggal yang telah dijanjikan atau ditentukan oleh perusahaan, atau sebelum tanggal yang ditentukan. Hasil penelitian terdahulu oleh Hafizha, et al. (2019) kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh ketepatan waktu. Hal tersebut menjelaskan bahwa perusahaan yang memberikan ketepatan waktu pengiriman kepada pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan menjadi semakin besar juga saat menggunakan layanan tersebut.

Ketepatan dan kecepatan perusahaan dapat didukung oleh sistem pelacakan yang waktu ini hampir semua perusahaan menggunakannya. Penelitian Kusumah (2019) fasilitas pelacakan *online* memberikan kemudahan para pelanggan untuk mengontrol proses barang yang dipesan, dimana barang ini bisa dilacak secara *real-time*. Setiap *shipper* melakukan kegiatan pelacakan *online* untuk memeriksa dokumen atau barang dipantau setiap waktu, penyedia layanan hanya memberikan informasi status pengiriman yang *shipper* butuhkan untuk membantu mengurangi mitigasi risiko dan sebagai peringatan kecepatan (Wong & Liao, 2007). Waktu pengiriman yang tidak pasti dengan waktu layanan yang diperjanjikan dan minimnya informasi tentang tempat pengiriman saat ini menyulitkan pelanggan untuk mengetahui apakah status pengiriman telah dibayar (Intan & Yusup, 2021).

Penelitian Lumenta, et al. (2014), harga merupakan banyaknya uang (mungkin ditambah barang-barang tertentu) yang dibutuhkan guna menghasilkan penggabungan barang dan layanan yang menyertainya. Pembeli yang sudah membayar harga yang diberikan penjual itu sudah

termasuk jasanya juga, serta tidak bisa disangkal bahwa penjual juga ingin memperoleh keuntungan dari harga itu. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kusumah (2019) harga yang ditawarkan berpengaruh positif dan signifikan. Harga bisa memberikan pengaruh kecenderungan pelanggan untuk menentukan memilih pelayanan pengiriman, pelanggan akan lebih terdorong untuk memilih harga layanan yang lebih rendah .

Tjiptono (2014) berpendapat bahwa kualitas pelayanan fokus pada pengupayaan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan, serta pengirimannya yang tepat waktu untuk menyetimbangkan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan ialah hal terpenting bagi perusahaan jasa pengiriman, untuk menjaga kualitas pelayanannya. Jasa pengiriman harus selalu melaksanakan pengamatan setiap waktu terhadap pelanggan untuk memantau apa yang pelanggan inginkan dan apa yang diminta pelanggan terhadap perusahaan jasa pengiriman sebagai penyedia pelayanan. Kualitas pelayanan yang dapat perusahaan jasa pengiriman berikan adalah dengan ketepatan dalam pengiriman, kecepatan dalam pengiriman, dan keramah tamahan dalam membangun suatu nilai kepuasan untuk pelanggan. Menurut penelitian sebelumnya oleh Dewantoro, et al. (2020) hasilnya bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan. Hal tersebut membuat kualitas layanan sebagai faktor penentu ketika pelanggan ingin mempergunakan layanan yang dipilihnya untuk pengiriman. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa rata-rata pelanggan setuju dengan beberapa indikator kualitas layanan, yaitu: *reliability*, *tangibels*, *empathy*, *assurance*, dan *responsiveness*. Jika kinerja yang dihasilkan tidak memenuhi harapan, pelanggan tidak puas dan karena itu tidak akan melakukan pembelian ulang atau bahkan merekomendasi pelanggan lain, yang berdampak negatif pada masa depan perusahaan itu sendiri (Krisdayanto, et al. 2018).

J&T Express yaitu perusahaan jasa pengiriman yang tergolong baru dalam perluasan jaringan di Indonesia. J&T Express Kota Karanganyar ialah salah satu dari sekian banyaknya perusahaan yang bekerja di bidang jasa pengiriman dalam melayani pelanggan untuk melaksanakan pengiriman barang atau dokumen. Perusahaan tersebut bergerak dengan mengedepankan sistem IT yang sudah digunakan J&T Express sejak proses penyortiran hingga barang diterima pelanggan. Memiliki fitur cek nomor resi J&T, pelacakan (*web trace and track*) sudah sampai mana pengiriman, dan lain-lainnya. Selain itu, J&T Express memiliki opsi pengiriman paket seperti paket kilat yang sehari sudah sampai

dan paket reguler untuk estimasi waktu pengiriman 3 sampai 6 hari pengiriman tergantung jauhnya alamat pengiriman. J&T Express memiliki beberapa cara untuk memperoleh kepuasan pelanggan dengan mempunyai layanan *customer service* yang responsif, memiliki banyak cabang sehingga pelanggan mudah untuk mengirim barang atau dokumen. J&T Express dituntut untuk memenuhi keinginan yang pelanggan harapkan sehingga terbentuklah kepercayaan yang baik untuk J&T Express dimata pelanggan.

## 2. KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2000), kepuasan pelanggan ialah rasa senang atau kekecewaan seseorang sesudah membandingkan hasil atau kinerja yang diterima dengan harapannya. Pelanggan tidak puas ketika kinerja layanan atau produk tidak memenuhi harapan. Ketika hasilnya sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan mendapatkan kepuasan tersendiri. Pelanggan sangat senang jika kinerjanya melebihi harapan (*delighted*).

### Fasilitas Sistem Pelacakan Online

Sistem Pelacakan *online* adalah fitur yang tersedia untuk pelanggan untuk memberikan informasi terbaru mengenai dokumen atau barang yang diterima atau dikirim. Dari pengertian tersebut, jasa merupakan suatu tindakan tidak berwujud yang disukai oleh orang lain, dimana satu pihak mengalihkan kepemilikan kepada pihak lain dalam bentuk suatu fungsi yang dapat digunakan oleh pelanggan dengan nomor resi.

### Harga

Sholihin (2010) menjelaskan harga merupakan banyaknya uang yang diterima penjual dan jumlah yang diperoleh dari penjualan suatu jasa atau produk, yaitu penjualan yang terjadi di tempat bisnis atau usaha. Harga belum tentu menjadi harga yang sebenarnya, karena terkadang harga terjadi disebabkan adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli.

### Kualitas Pelayanan

Handoko (2017: 64) memaparkan bahwa kualitas pelayanan yaitu usaha yang disusun guna pemenuhan keinginan atau kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan bagi pengguna atau pelanggan jasa juga berharga bagi produsen jasa. Karena pelanggan atau pengguna jasa membayar jasa yang dijual perusahaan, maka keberadaan pelanggan atau pengguna jasa adalah aset perusahaan.

### Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan sebuah pernyataan bersifat praduga serta masih memerlukan data untuk menguji kebenaran atas dugaan atau

pernyataan tersebut. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub> : Fasilitas sistem pelacakan *online* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>2</sub> : Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>3</sub> : Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>4</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## 3. METODE PENELITIAN

### Jenis Data, Sumber Data dan Skala

#### Pengukuran

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam survei ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh dari kuesioner. Pengukuran ini menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* adalah skala psikometrik yang biasa digunakan dalam kuesioner dan paling banyak digunakan dalam riset penelitian (Sofyan, et al. 2015). Skala *Likert* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Sangat Tidak Setuju (STS) = 1
- 2) Tidak Setuju (TS) = 2
- 3) Netral (N) = 3
- 4) Setuju (S) = 4
- 5) Sangat Setuju (SS) = 5

#### Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini ialah pelanggan yang menggunakan jasa J&T Express Karanganyar. Metode pengambilan sampelnya mengaplikasikan metode *non probability sample* yaitu *accidental sampling*. Berdasarkan perhitungan dengan rumus Lemeshow, didapatkan sampel sejumlah 96 responden pelanggan J&T Karanganyar untuk diteliti. Jumlah tersebut dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden untuk menghindari kejadian *error*.

#### Metode Analisis Data

Metode analisis data kuantitatif diterapkan pada penelitian ini dengan bantuan program *SPSS* versi 21 sebagai instrumen uji data dan mengaplikasikan analisis regresi linier berganda. Pengujian asumsi klasik dijadikan sebagai prasyarat dalam melakukan uji analisis regresi berganda.

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner dinyatakan sah atau valid sehingga bisa digunakan untuk mengukur konstruk sesuai dengan apa yang diharapkan peneliti untuk mendapatkan hasil yang akurat. Uji validitas dilihat dari *pearson correlation* dengan signifikansi yang digunakan peneliti adalah 0,05. Apabila hasil dari pengujian

menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka pertanyaan-pertanyaan dari kuesioner tersebut tidak valid (Ghozali, 2005).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur pertanyaan-pertanyaan kuesioner indikator dari variabel maupun konstruk. Kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban dari responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner itu konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas ini dapat diukur dengan menggunakan aplikasi SPSS dengan uji statistic *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila hasil menunjukkan nilai  $\alpha > 0,60$  (Ghozali, 2005).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji serta mengetahui apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan metode Kolmogrov-Smirnov. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan profitabilitas yang diperoleh dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) 0,005. Apabila nilai  $p > 0,005$  maka terdistribusi normal atau sebaliknya (Ghozali, 2012).

4. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi terdapat adanya korelasi antar variabel bebas. Pengujiannya adalah dengan cara menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas atau menggunakan perhitungan nilai *Tolerance* dan VIF. Jika antara variabel mempunyai nilai *Tolerance*  $> 0,1$  atau nilai VIF  $< 10$  artinya tidak terjadi multikolinearitas Ghozali (dalam Katrine, 2018).

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi residual Cahyono (2016). Uji heteroskedastisitas diuji menggunakan uji koefisien korealsi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual dari hasil regresi dengan semua variabel independen. Jika signifikansi hasil output  $< 0,05$  (5%) maka persamaan regresi tersebut terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya, apabila hasil output  $> 0,05$  maka persamaan regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

6. Uji Analisis Regresi Berganda

Metode ini digunakan untuk menguji lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen serta menganalisis seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

7. Uji t

Ghozali (2013) uji t untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji t dengan membandingkan nilai t hitung dengan tabel pada *level of significant* 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) dengan kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $< 0,05$ , maka hipotesis diterima. Namun jika nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak.

8. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Apakah keempat variabel fasilitas sistem pelacakan *online* ( $X_1$ ), ketepatan waktu pengiriman ( $X_2$ ), harga ( $X_3$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_4$ ) benar berpengaruh secara simultan (secara bersama-sama) terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Apabila hasil analisis SPSS menunjukkan uji F dengan signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, apabila signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

9. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada dasarnya dimaksudkan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai yang mendekati 1 artinya variabel independen yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Tetapi jika  $R^2$  mendekati 0 maka variabel independen kurang berpengaruh terhadap variabel dependen yang artinya kemampuan memberikan informasi sangat terbatas (Ghozali, 2012:97).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda diterapkan untuk melihat pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas berupa pelacakan *online*, ketepatan waktu pengiriman, harga, dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat berupa kepuasan pelanggan.

Gambar 1.

Hasil Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.829	1.799		1.573	.119
1 PELACAKAN_ONLINE	.089	.103	.088	.858	.393
1 KETEPATAN_WAKTU	.462	.131	.423	3.517	.001
HARGA	.058	.128	.045	.451	.653
KUALITAS PELAYANAN	.175	.064	.291	2.716	.008

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_PELANGGAN

Sumber: Data *output SPSS 21* diolah Peneliti

Berdasarkan *output* uji t tersebut, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara

ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan pelacakan *online* dan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Gambar 2.**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	613.835	4	153.459	35.950	.000 <sup>b</sup>
	Residual	405.525	95	4.269		
	Total	1019.360	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS\_PELAYANAN, PELACAKAN\_ONLINE, HARGA, KETEPATAN\_WAKTU

Sumber: Data *output SPSS 21* diolah Peneliti

Nilai F hitung diperoleh sebesar 35,950 lebih besar dari F tabel, dimana diperoleh F tabel sebesar 2,47 dan nilai probabilitas (0,000) lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu  $\alpha$  (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelacakan *online*, ketepatan waktu pengiriman, harga, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

**Gambar 3.**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776 <sup>a</sup>	.602	.585	2.066

a. Predictors: (Constant), KUALITAS\_PELAYANAN, PELACAKAN\_ONLINE, HARGA, KETEPATAN\_WAKTU

b. Dependent Variable: KEPUASAN\_PELANGGAN

Sumber: Data *output SPSS 21* diolah Peneliti

*Adjusted R<sup>2</sup>* menunjukkan nilai 0,585. Hal ini berarti bahwa sebesar 58,5% variasi variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel pelacakan *online*, ketepatan waktu pengiriman, harga, dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya (41,5%) dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

## Pembahasan

### Pelacakan *Online* dengan Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pengaruh pelacakan *online* terhadap kepuasan pelanggan adalah tidak signifikan atau dikatakan bahwa variabel pelacakan *online* tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Jadi, kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi oleh pelacakan *online*, dimana J&T Express Kota Karanganyar diharapkan lebih meningkatkan layanan sistem *web tracking* untuk memaksimalkan fitur yang terdapat pada aplikasi yang ada di J&T Express serta seharusnya menampilkan *website* yang lebih *user-friendly* (mudah digunakan) dan menyajikan tampilan desain yang sederhana, komunikatif, cepat, gampang dimengerti oleh pengguna. Hasil ini senada dengan penelitian Wati, et al. (2021) bahwa kualitas *e-tracking* terhadap kepuasan pelanggan

tidak berpengaruh positif. Akan tetapi, tidak senada dengan temuan Virgo dan Eka (2017) yang memaparkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif signifikan oleh kualitas layanan *tracking system* berbasis *web*.

### Ketepatan Waktu Pengiriman dengan Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menemukan bahwa ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel ketepatan pengiriman. Pengiriman yang tepat waktu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan disebabkan karena ketika pelanggan ingin melakukan pengiriman barang atau dokumen menggunakan J&T Express, ketepatan waktu pengiriman menjadi faktor penting. Ketepatan waktu pengiriman bisa diartikan memegang peranan penting, karena pelanggan tentunya mengharapkan paket yang dikirimkan diterima tepat waktu seperti dengan janji penyedia layanan dan sebaliknya. Temuan ini sependapat dengan penelitian Saefur Rohman dan Fino Wahyudi Abdul (2021) yang menjabarkan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Harga dengan Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menjelaskan bahwa pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan adalah tidak signifikan atau dengan kata lain variabel harga tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Harga yang wajar terhadap kepuasan pelanggan tidak mempunyai pengaruh signifikan, suatu layanan dinilai terlalu rendah atau terlalu mahal sifatnya sangat relatif. Artinya pengukuran harga dengan kewajaran harga dan penerimaan tidak sama dengan harga yang ditentukan oleh J&T Express Kota Karanganyar. Oleh karena itu, sebaiknya pihak J&T Express meninjau kembali kebijakan tersebut dalam menetapkannya agar pelanggan merasa ketetapan harga sepadan dengan apa yang diperolehnya. Serta demi terciptanya kepuasan pelanggan karena harga merupakan faktor penentu terpenting yang harus diambil oleh J&T Express Kota Karanganyar. Hasil temuan ini selaras dengan Kurniawati, et al. (2019) yang menjabarkan bahwa harga terhadap kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan. Tetapi, berlainan dengan temuan Gulla, et al. (2015) yang mengemukakan harga memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan, dapat dikatakan jika variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

memberikan pengaruh. Pelanggan menganggap kualitas layanan sebagai faktor penentu ketika mereka ingin menggunakan J&T Express sebagai layanan pilihan mereka untuk mengirimkan barang. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa rata-rata pelanggan setuju dengan beberapa indikator kualitas pelayanannya yaitu: *responsiveness, reliability, assurance, tangible*, dan *empathy*. Hasil temuan ini sependapat dengan Hana & Sasi (2016), Fariska (2020) yaitu kualitas pelayanan memberikan dampak yang positif dan juga signifikan.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelacakan *Online* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya meskipun semakin tinggi fasilitas pelacakan *online* yang dimiliki J&T Express belum tentu memiliki dampak baik bagi pelanggan itu sendiri. Sehingga  $H_1$  dalam penelitian ini ditolak.
2. Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya pengiriman tepat waktu akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini merupakan hasil dari pemenuhan indikator ketepatan waktu pengiriman J&T sebagai penentu kepuasan pelanggan. Sehingga  $H_2$  dalam penelitian ini diterima.
3. Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut didapat dari hasil penelitian dan diperoleh sampel asli dengan nilai negatif. Sehingga  $H_3$  dalam penelitian ini ditolak.
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Hal ini didasarkan pada hasil pemenuhan indikator kualitas layanan J&T Express sebagai penentu kepuasan pelanggan. Sehingga  $H_4$  dalam penelitian ini diterima.

## 6. REFERENSI

Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol 17 No 2 (2010), 114-126.

Chandra, Gregorius: Fandy Tjiptono. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.

Dewantoro, Dikaprio., Lina Aryani dan Faisal Marzuki. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman

dan Fasilitas *Tracking* Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE. *Journal Business Management, Economic and Accounting National Seminar*, Vol 1 (2020), 278-293.

- Fihartini, Yunita & Kabul Prasetyo. 2017. Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Sistem Pelacakan *Online* (*Web Trace and Tracking*) Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol 13 No 3 (2017), 185-276.
- Eviani, Intan dan Yusup Rachmat Hidayat. 2021. Pengaruh Sistem Pelacakan *Online* dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik*, Vol 1 No 1 (2021), 11-19.
- Gulla, Rendy., Sem George Oroh dan Ferdy Roring. 2015. Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace INN. *Jurnal EMBA*, Vol 3 No 1 (2015), 1313-1322.
- Noeraini, Irma Ayu. 2016. Analisis Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya. *Undergraduate Thesis*. STIESIA Surabaya.
- Novia, Hanna Ester & Endang Sutrisna. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ekspedisi Di Pekanbaru (Studi PT. JNE Pekanbaru). *Jom FISIP*, Vol 4 No 2 (2017).
- Ofela, Hana & Sasi Agustin. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 5 No 1 (2016).
- Pasharibu, Yusepaldo., Eristia Lidia Paramita and Stefianus Febrianto. 2018. *Price, Service Quality and Trust On Online Transportation Towards Customer Satisfaction*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 21 No 2 (2018), 241-266.
- Rohman, Saefur & Fino Wahyudi Abdul. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Logistik Indonesia*, Vol 5 No 1 (2021), 73-85.