

**KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI KUALITAS LAYANAN, TARIF DAN  
KETEPATAN WAKTU**

**(studi Kasus Pelanggan J&T Cabang Kartasura, Sukoharjo)**



**PROPOSAL**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Islam Batik Surakarta**

**Oleh :**

**MUTAHAR**

**NIM : 2017020190**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS ISLAM BATIK  
SURAKARTA  
TAHUN 2021**

**USULAN PENELITIAN**

**Proposal**

**KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI KUALITAS LAYANAN DAN TARIF**

**(studi Kasus Pelanggan J&T Cabang Kartasura, Sukoharjo)**

Diajukan oleh:

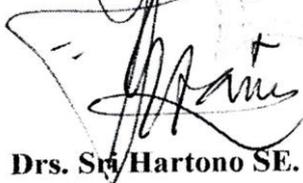
**MUTAHAR**

**NIM : 2017020190**

Pada tanggal, 20 Desember 2021

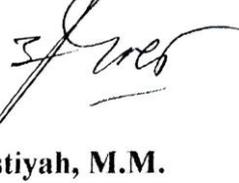
Telah disetujui

**Pembimbing I**



**Drs. Sri Hartono SE. M.Si.**

**Pembimbing II**

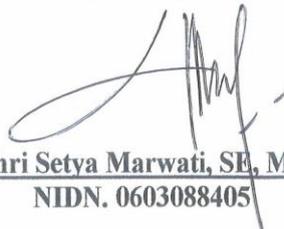


**Dra. Eny Kustiyah, M.M.**

**Mengetahui**

**Kepala Program Studi Manajemen**

**Universitas Islam Batik Surakarta**



**Fithri Setya Marwati, SE, MM.**

**NIDN. 0603088405**

## **A. Judul**

**Kepuasan pelanggan ditinjau dari kualitas layanan dan tarif “(studi kasus pelanggan j&t cabang Kartasura, Sukoharjo)**

## **B. Latar belakang**

Perkembangan dunia bisnis semakin meningkat sebanding dengan meningkatnya permintaan masyarakat Indonesia terhadap produk dalam memenuhi kebutuhan. Tingginya kebutuhan masyarakat akan layanan pengiriman barang, menjadi sebuah peluang bisnis tersendiri bagi para pelaku bisnis ekspedisi. Hal ini terlihat dari banyaknya jumlah perusahaan yang melebarkan sayap di bidang pengiriman barang. Ghajargar et al., (2016) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa meningkatnya layanan pengiriman barang disebabkan oleh pertumbuhan e-commerce yang semakin luas, dimana hal ini merupakan tantangan besar bagi penyedia layanan pengiriman barang. Setidaknya hingga saat ini total jumlah e-commerce di Indonesia mencapai 26,2 juta. Dalam kurun waktu 10 tahun, jumlah e-commerce di Indonesia meningkat sekitar 17 persen (Rahmidani, R., 2017).

Terdapat beberapa perusahaan pengiriman barang yang cukup populer di kalangan masyarakat Indonesia antara lain, J & T, JNE, Pos Indonesia, Tiki, First Logistics, Indah Logistik, Wahana Logistik, Pandu Logistik, RPX, Cahaya logistik dan Go-Send dari Go-Jek. Layanan yang ditawarkan perusahaan pengiriman bervariasi, mulai dengan menawarkan tujuan pengiriman ke luar kota di Indonesia, tetapi ada juga yang hanya menawarkan pengiriman ke tujuan-tujuan tertentu. Hal ini menjadikan daya saing antar perusahaan semakin ketat, sehingga di butuhkan strategi untuk mengatasi persaingan tersebut agar menjadi pilihan utama pelanggan (Irnantha & Agung, 2016). Merdian (2018) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan layanan pengiriman barang yaitu meliputi, memberi

kepuasan kepada pelanggan pengiriman barang, lokasi/kemudahan jangkauan, layanan dan keamanan barang.

J&T merupakan salah satu penyedia layanan pengiriman yang termasuk baru dan belum lama beroperasi. J&T merupakan perusahaan di bidang jasa pengiriman yang terus berkembang di Indonesia. Dalam hal waktu, J&T Express konsisten dalam melakukan pengiriman barang dengan kecepatan yang telah teruji dan tepat waktu. Selain itu juga memiliki sistem monitoring yang sangat baik melalui situs [www.jetexpress.co.id](http://www.jetexpress.co.id). Layanan pengiriman barang J&T sudah beroperasi selama kurang lebih 2 tahun lebih dengan perkembangan yang cukup pesat. Akan tetapi, meskipun termasuk perusahaan yang terbilang cukup baru, J&T harus menyadari adanya persaingan yang terjadi dengan layanan pengiriman lainnya, terutama dalam menarik konsumen. Cara lain yang dapat dilakukan untuk menarik konsumen menggunakan layanan pengiriman yaitu dengan menawarkan harga dan kualitas layanan yang lebih baik sehingga kedepannya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sazkya dkk (2017) menunjukkan bahwa harga, kualitas layanan dan inovasi layanan berpengaruh besar terhadap keputusan pelanggan layanan pengiriman J&T cabang Bangil, terbukti bahwa nilai F tabel 49,117 dengan nilai signifikansi 0,000

Kualitas pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan pelanggan bukanlah suatu yang mudah untuk dilakukan, sering didapati masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan sebuah perusahaan dan ketidakberhasilan memuaskan pelanggan. Masalah atau persoalan yang biasa dihadapi baik oleh perusahaan maupun pelanggan berkaitan dengan mutu layanan yang diberikan sebuah perusahaan kepada pelanggannya adalah sistem layanan yang birokratis, berbelit-belit, dan tidak jelas, kedua, sumber daya manusia perusahaan yang masih belum menyadari arti pentingnya pelanggan bagi keberhasilan perusahaan, pengetahuan dan kemampuan

yang kurang, sikap dan perilaku yang belum baik yang dilakukan karyawan. Penawaran jasa kepada konsumen harus didasarkan pada kepentingan konsumen dan kinerja perusahaan, oleh karena itu J&T. (Panjaitan & Yuliati, 2016).

Tarif harga juga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan konsumen. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Primantari dan Purnami (2017) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif dari persepsi harga terhadap keputusan pembelian jasa. Artinya, persepsi harga yang ada pada benak konsumen mampu mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukannya. Kemudian, penelitian yang dilakukan Setiawan (2018) menyatakan persepsi harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian jasa pengiriman barang. Artinya, sebelum memutuskan pembelian jasa, konsumen akan melakukan pencarian informasi layanan jasa kurir, serta mencari informasi tentang harga dari konsumen lain yang dirasa lebih mengetahui dan berpengalaman dalam hal harga atau ongkos kirim perusahaan. Dari informasi yang diperoleh, konsumen akan memiliki persepsi terhadap harga produk. Persepsi harga digunakan konsumen untuk memandang atau menafsirkan produk yang akan dikonsumsi. Jadi, dengan adanya persepsi atau pandangan yang dimiliki konsumen terhadap harga dapat membantu konsumen untuk memutuskan penggunaan jasa yang dibutuhkan atau diinginkan (Winarti & Tiffany, 2016).

Ketepatan waktu hantaran adalah satu hal yang paling penting ketika memilih jasa pengiriman cargo. Ketepatan waktu sangat dipengaruhi oleh jenis transportasinya, melalui darat, laut atau udara (Lisnasari *et. al*, 2016). Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Lisnasari *et. al* (2016), variabel ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jenis transportasi, lintasan yang dilalui, dan cuaca akan berdampak pada lamanya barang sampai ke tempat tujuan dan juga

keamanan barang. Jika barang yang dikirimkan terlalu lama sampai ke tangan konsumen dan mengalami kerusakan atau bahkan hilang, tentu akan berdampak dengan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan (Aminah *et. al*, 2017). Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Aminah *et. al* (2017), variabel ketepatan waktu pengiriman barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Banyak sekali perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang baik perusahaan negeri maupun swasta. Peneliti memilih cabang Kartasura karena mudah dijangkau pelanggan. Dari penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Kepuasan pelanggan ditinjau dari kualitas layana, tarif dan ketepatan waktu “(studi kasus pelanggan j&t cabang Kartasura, Sukoharjo)”**

### **C. Batasan masalah**

Agar penelitian ini jelas maka penelitian memberikan batasan masalah yang berfokus pada penelitian di pelanggan J&T cabang Kartasura, Sukoharjo selama Empat bulan dari bulan Oktober 2021 sampai Januari 2022 dengan menguji pengaruh variabel independen kualitas layanan ( X1), Tarif (X2) dan ketepatan waktu (X3) terhadap variabel

### **D. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah uraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas Pelayanan berpengaruh pelanggan J&T cabang Kartasura, Sukoharjo?
2. Apakah berpengaruh tarif pelanggan dalam pengiriman barang di J&T cabang Kartasura Sukoharjo.
3. Apakah pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen J&T cabang Kartasura Sukoharjo.

4. Apakah kualitas pelayanan, tarif dan ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **E. Tujuan penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Mengetahui kualitas Pelayanan berpengaruh pelanggan J&T cabang Kartasura, Sukoharjo.
2. Mengetahui tarif pelanggan dalam pengiriman barang di J&T cabang Kartasura Sukoharjo.
3. Mengetahui ada pengaruh ketepatan waktu dalam pengiriman barang J&T cabang Kartasura, Sukoharjo.
4. mengetahui kualitas pelayanan, tarif dan ketepatan waktu secara silmultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

#### **F. Manfaat penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

##### **1. Secara Teoritis**

penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya mengenai kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan pelayanan, fasilitas, dan ketepatan waktu terhadap pelanggan J&T di cabang Kartasura.

##### **2. Secara Praktis**

Bagi Kantor J&T cabang Kartasura penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi kinerja karyawan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas, dan ketepatan waktu demi kepuasan tarif pelanggan yang datang dimasa sekaranag ataupun masa yang akan datang.

## **G. Landasan teori**

### **1. Kepuasan**

Kepuasan bisa berarti sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan menikmati suatu produk atau jasa dan telah mendapatkan pelayanan suatu jasa dengan baik. Kepuasan merupakan akibat timbulnya perasaan seseorang yang telah membandingkan antara hasil kinerja dengan keinginannya. Sedangkan tingkat kepuasan merupakan hasil perbandingan antara harapan dengan kinerja yang dilakukan. Menurut Kotler dan Keller (2009: 138), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Menurut Tjiptono (2010: 126), Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli di mana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan menurut Kotler (2002: 42) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Konsumen yang marah atau tidak puas akan menimbulkan masalah karena dapat berpindah ke perusahaan lain dan menyebarkan berita negatif dari mulut ke mulut (Lovelock dan Wright, 2007: 102).

Kotler (2005: 57) menyatakan indikator pelanggan yang merasa puas sebagai berikut:

#### **a. Loyal terhadap produk**

Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.

#### **b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif** Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu

rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.

- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain Ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama. Berdasarkan teori menurut ahli diatas maka menurut peneliti kepuasan adalah perasaan senang atau puas seorang pelanggan setelah membandingkan antara persepsi dan kinerja yang diterima dan hasilnya sudah sesuai harapan atau bahkan melampaui harapan.

## **2. Pelayanan**

Pengertian pelayanan menurut Supranto (2006: 226) adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Sedangkan menurut Gronroos (2005: 2) kualitas pelayanan adalah Suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen. Dengan pelayanan yang baik dalam perusahaan maka akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Jika pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan dari satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Setelah pelanggan merasa sangat puas, mereka akan kembali memakai jasa perusahaan itu dan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk memakai jasa di perusahaan yang sama.

Indikator pelayanan menurut Tjiptono (2012: 174-175) antara lain:

1. Ketepatan adalah kemampuan seseorang dalam mengendalikan gerak-gerak bebas terhadap suatu sasaran

- a. Perhatian adalah banyak sedikitnya kesadaran yang menyertai sesuatu aktivitas yang dilakukan.
- b. Keamanan adalah keadaan bebas dari bahaya, terhindar dari masalah dari luar dan dalam perusahaan.
- c. Keramahan adalah suatu tindakan kepada konsumen seperti kebaikan hati dan keakraban

Berdasarkan teori menurut ahli diatas maka menurut peneliti pelayanan adalah kinerja tidak berwujud tetapi dapat dirasakan pelanggan yang harus dilakukan dengan sebaik-baiknya sebagai penghargaan bagi pelanggan.

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai produk. Menurut Supranto (2006: 227) jasa atau layanan merupakan suatu kinerja penampilan tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada memiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Menurut Utami (2012: 290) layanan konsumen adalah satuan aktivitas dan program yang dikerjakan oleh ritel untuk membuat pengalaman berbelanja konsumen lebih bersifat memberikan penghargaan untuk konsumen mereka.

### **3. Tarif penetapan harga**

Menurut Kotler dan Amstrong (2001:439) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karna memiliki atau menggunakan produk / jasa tersebut. Selain harga pengiriman yang sudah ditentukan berdasarkan daerah, J&T Express memberikan cashback pengiriman bagi e-commerce seperti shopee, bukalapak, tokopedia dan e-commerce lainnya. Jumlah cashback yang diberikan sebanyak 10%

dan memiliki sebuah persyaratan yaitu total seluruh pengiriman yang dilakukan mencapai 10 juta/bulan, maka dapat diberikan cashback 10% tersebut dan J&T Express setiap tahun selalu memberikan giveaway kepada konsumennya dengan persyaratan tertentu (Sumber: J&T Express DP Krakatau). Selain memberikan cashback dan give away J&T Express juga memberikan pelayanan pembayaran ongkos pengiriman lebih mudah dengan sistem Delivery Fee On Delivery (DFOD). DFOD merupakan jenis layanan pengiriman yang tidak membayar ongkos pengiriman langsung dan nanti akan dibebankan ke orang yang dituju (<https://ngurir.com/apa-itu-dfod>). Konsumen akan membayar harga / ongkos pengiriman sesuai tujuan paket atau barang yang akan diproses sesuai ketepatan waktu yang sudah dicantumkan disetiap daerah.

**Tabel Bab1.1**  
**Perbandingan Harga (Ongkos) Pengiriman J&T Express dengan Pesaing**

<b>N o</b>	<b>Nama Ekspid isi</b>	<b>Pelayana n Layanan</b>	<b>Medan-padang</b>	<b>Jakarta – kertasura</b>	<b>Medan- malang</b>
<b>1</b>	<b>J&amp;T</b>	<b>REG</b>	<b>19000 (2-3 hari)</b>	<b>23000 (2-3 hari)</b>	<b>37000 (2-3 hari)</b>
<b>2</b>	<b>JNE</b>	<b>REG</b>	<b>20000 (3-3 hari)</b>	<b>29000 (3-3 hari)</b>	<b>37000 (3-3 hari)</b>
<b>3</b>	<b>Loin Parcel</b>	<b>REG</b>	<b>12500 (1-3 hari)</b>	<b>15000 (1-3 hari)</b>	<b>20000 (1-3 hari)</b>
<b>4</b>	<b>Si cepat</b>	<b>REG</b>	<b>20000 (2-3 hari)</b>	<b>29000 (2-3)</b>	<b>33000 (3-5 hari)</b>

Sumber : [https://cektarif.com\(2020\)](https://cektarif.com(2020))

#### **4. Ketepatan Waktu Pengiriman**

Ketepatan Waktu Pengiriman menurut Arini T.Soemohadiwidjojo (2018:89) adalah ketika pesanan terkirim secara lengkap dan tepat pada tanggal yang disepakati antara toko dan konsumen, atau sebelum tanggal yang disepakati. Sehingga konsumen akan merasa puas dengan produk/jasa yang diberikan jika sesuai dengan konsumen inginkan. Ali Hasan (2008:56) Kepuasan konsumen merupakan strategi bisnis yang

jangka panjang, membangun dan memperoleh reputasi produk perusahaan dibutuhkan waktu yang cukup lama, diperlukan investasi besar pada serangkaian aktivitas bisnis untuk membahagiakan konsumen.

Menurut Tjiptono (2008:151) dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau kegunaan suatu barang atau jasa. Menurut Ali Hasan (2008:298) Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.

Ketepatan Waktu Pengiriman menurut Arini T.Soemohadiwidjojo (2018:89) adalah ketika pesanan terkirim secara lengkap dan tepat pada tanggal yang disepakati antara toko dan konsumen, atau sebelum tanggal yang disepakati. Menurut Chairil dan Ghozali (2001) dalam Ukago (2015) ketepatan waktu (timeliness) adalah suatu pemanfaatan informasi oleh pengambil keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kapasitas atas kemampuannya untuk mengambil keputusan, keputusan waktu bagi pemakai informasi sangat penting, informasi yang tepat waktu berarti jangan sampai informasi yang disampaikan sudah basi atau sudah menjadi rahasia umum.

## H. Penelitian yang relevan

**Tabel BabII.1  
Jurnal Yang Relevan**

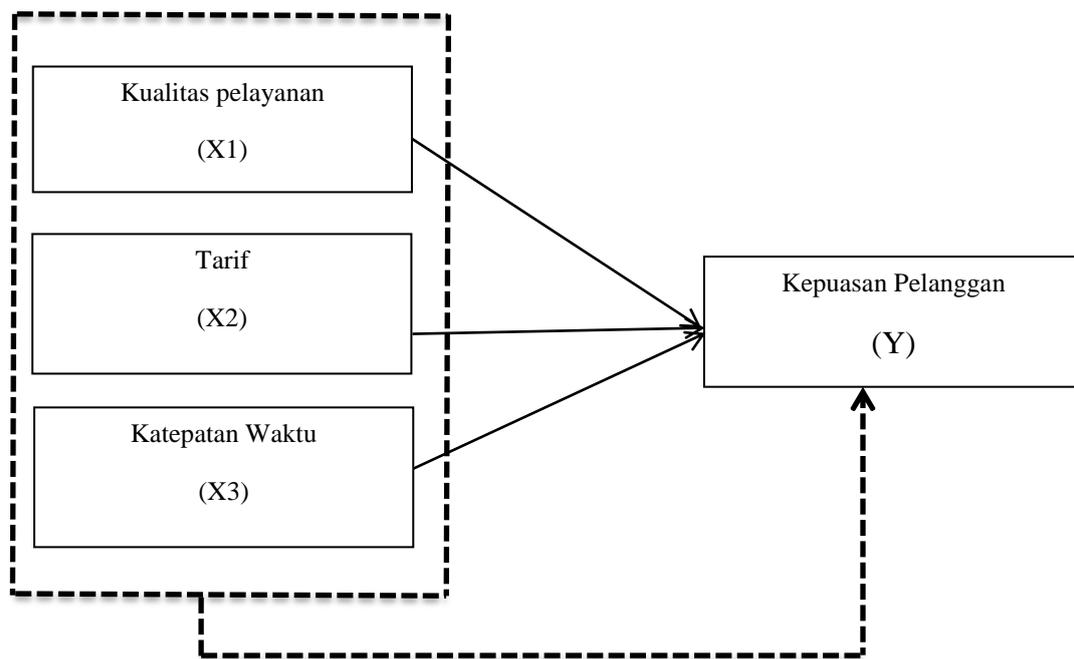
No	Peneliti	Metodologi	Hasil
1.	“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan J&T Express Blangkejeren”.  Inten Sueni (2019)	. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Purposive Sampling dengan sampel 100 responden. Dan analisis jalur digunakan sebagai metode analisis	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas

		untuk mengetahui pengaruh dari semua variabel-variabel yang terlibat.	pelanggan. Selanjutnya variabel kepuasan konsumen memediasi secara parsial antara kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan.
2.	Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus: rumah makan ayam bakar penyet kq5 mayestik jakarta selatan)  Aan Rahman (2017)	- Jenis penelitian: Kuantitatif - Teknik sampling: stratified random sampling - Jumlah sampel: 92 responden - Teknik analisis: regresi linier berganda	Hasil dari penelitian ini adalah variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
3.	Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aston Madiun Hotel & Conference Center  Ninik Sriyani & Achmad Sukma. H (2017)	- Jenis penelitian: kuantitatif - Teknik sampling: cluster sampling - Jumlah sampel: 101 responden - Teknik analisis: regresi linier berganda	Hasil dari penelitian ini adalah variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
4.	Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Pangkalpinang)  Aminah et. al (2017)	- Jenis penelitian: kuantitatif - Teknik sampling: probability sampling - Jumlah sampel: 100 responden - Teknik analisis: regresi linier berganda	Hasil dari penelitian ini adalah variabel ketepatan waktu pengiriman barang dan kepercayaan pelanggan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
5.	<i>The Influence of Facility and Service Quality towards Customer Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty in Borobudur Hotel in Jakarta</i>  Rianto Nurcahyo et. al (2017)	- Jenis penelitian: <i>quantitative</i> - Teknik sampling: <i>accidental sampling</i> - Jumlah sampel: <i>360 respondents</i> - Teknik analisis: <i>multiple linear regression</i>	Hasil dari penelitian ini adalah variabel fasilitas, pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
6.	<i>Influence Of Service Quality To Customer Satisfaction PT. Pos Indonesia Karawang Branch</i>  Asep Maulana et. al (2019)	- Jenis penelitian: <i>quantitative</i> - Teknik sampling: <i>accidental sampling</i> - Jumlah sampel: <i>100 respondents</i> - Teknik analisis: <i>multiple linear regression</i>	Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia

7.	<i>Service Quality and its influence on Customer Satisfaction in a Multi-speciality Hospital</i>  A.S. Sathish <i>et. al</i> (2019)	Jenis penelitian: <i>quantitative</i> Teknik sampling: <i>convenience sampling</i> - Jumlah sampel: <i>485 respondents</i> - Teknik analisis: <i>multiple linear regression</i>	Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Multi-speciality Hospital
----	---	--	---

Sumber data primer 2021

## I. Kerangka Pemikiran



**Gambar II.1**  
**Kerangka Pemikiran**

### Keterangan:

1. Ghajargar *et al.*, (2016), (Rahmidani, R., 2017) dan (Irnandha & Agung, 2016).
2. (Panjaitan & Yuliati, 2016), (Winarti & Tiffany, 2016).
3. Lisnasari *et. all.* (2016), Aminah *et. all.* (2017).

## J. Hipotesis

Berdasarkan perumusan kerangka penelitian diatas maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan pelanggan J&T cabang Kartasura, Sukoharjo.

H2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Tarif terhadap Keputusan pelanggan J&T cabang Kartasura, Sukoharjo.

H3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara waktu terhadap Keputusan pelanggan J&T cabang Kartasura, Sukoharjo.

H4 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan, tarif, waktu Keputusan pelanggan J&T cabang Kartasura, Sukoharjo.

## **K. METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif karena menggunakan angka data hasil kuisioner. Metode kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode kuantitatif berupa angka-angka yang berasal dari pengukuran dengan menggunakan skala terhadap variabel-variabel yang ada dalam penelitian.

### **2. Tempat Penelitian dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di jasa pengiriman J&T cabang Kartasura pada bulan Oktober 2021 sampai dengan bulan Desember2022.

### **3. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

#### **a. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011: 80).

Populasi sasaran dalam penelitian adalah pelanggan pengiriman J&T cabang Kartasura pada bulan Oktober 2021 sampai dengan bulan Februari 2022.

b. Sampel

Menurut Ridwan (2007: 56) Sampel adalah bagian populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Penentuan besarnya sampel menurut Ferdinand (2014: 173), membutuhkan paling sedikit 5 kali jumlah indikator. Pada penelitian ini mempunyai 20 indikator, maka jumlah sampelnya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \{ 5 \times \text{jumlah indikator yang digunakan} \} \\ &= 5 \times 20 \text{ indikator} = 100 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan rumus di atas dapat diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 100 responden.

c. Teknik sampling

Teknik yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jenis *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan penentuan sampel berdasarkan spontanitas, yang berarti siapa saja pengguna layanan yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti saat penelitian berlangsung. teknik *accidental sampling* yaitu siapa saja yang bertemu peneliti secara tidak sengaja, dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2015: 156).

#### 4. Sumber Data

a. Jenis Data

1. Data kualitatif

Data kualitatif, yaitu data yang berbentuk kata verbal dan bukan dalam bentuk angka. Yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini adalah gambaran umum meliputi definisi-definisi pelayanan, definisi fasilitas, definisi ketepatan waktu, definisi kepuasan pelanggan dan lain sebagainya.

## 2. Data kuantitatif

Data kuantitatif adalah jenis data yang berupa informasi yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka yang dapat dihitung secara langsung. Dalam hal ini data kuantitatif yang diperlukan adalah: jumlah pegawai, jumlah sarana dan prasarana, dan hasil angket.

### b. Sumber Data

#### 1. Data primer

Adapun data primer dari penelitian ini adalah pelanggan jasa pengitiman J&T cabang Kartasura dimana pelanggan akan menilai apakah variabel pelayanan, alasan memilih jasa kirim J&T, dan ketepatan waktu memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.

#### 2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, dokumentasi dan studi pustaka merupakan sumber data sekunder.

## 5. Metode Pengumpulan Data

### a. Observasi

Peneliti dalam penelitian ini melakukan observasi secara langsung ke J&T cabang Kartasura.

### b. Kuisisioner

Kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner tertutup dengan kriteria penilaian digolongkan menjadi 5 tingkatan sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju, skor 5

S : Setuju, skor 4

N : Netral, skor 3

TS : Tidak Setuju, skor 2

STS : Sangat Tidak Setuju, skor 1

c. Studi pustaka

Studi pustaka dalam penelitian menggunakan jurnal-jurnal yang relevan dengan kepuasan pelanggan, mencari referensi di internet, dan membaca skripsi dipergustakaan UNIBA Surakarta.

**6. Matrik Definisi Operasional Variabel dan Kisi-Kisi Instrumen**

**Tabel Bab III.1**

**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Kisi-kisi Pertanyaan
Kualitas layanan	Kinerja tidak berwujud tetapi dapat dirasakan pelanggan yang harus dilakukan dengan sebaik-baiknya sebagai penghargaan bagi pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketepatan</li> <li>2. Perhatian</li> <li>3. Keamanan</li> <li>4. Keramahan</li> </ol> <p>(Tjiptono, 2012: 174-175)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Karyawan kantor pos boyolali selalu memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat</li> <li>2. Karyawan kantor pos boyolali cepat dalam merespon keluhan dan permasalahan pelanggan</li> <li>3. Karyawan kantor pos boyolali memberikan perhatian terhadap pelanggan yang komplain dengan baik</li> <li>4. Kantor pos boyolali memberikan jaminan keamanan barang yang dikirim</li> <li>5. karyawan kantor pos boyolali meberikan pelayanan dengan sopan dan ramah</li> </ol>
Tarif	Kinerja tidak berwujud tetapi dapat dirasakan pelanggan yang harus dilakukan dengan sebaik-baiknya sebagai penghargaan bagi pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketepatan harga</li> <li>2. Sipasi harga</li> <li>3. Keamanan</li> <li>4. Keramahan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan j&amp;t selalu memberikan konsumen dengan cepat dan tepat</li> <li>2. Karyawan kantor j&amp;t sukoharjo cepat dalam merespon keluhan harga permasalahan pelanggan</li> <li>3. Karyawan kantor j&amp;t memberikan perhatian terhadap pelanggan yang komplain dengan harga</li> </ol> <p>karyawan kantor j&amp;t sukoharjo meberikan pelayanan dengan sopan dan ramah</p>
Ketepatan Waktu	Ketepatan waktu adalah ketepatan pengiriman barang sampai kepada pelanggan dengan sesuai standar estimasi yang ditetapkan perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketepatan dalam jasa pengiriman barang.</li> <li>2. Ketepatan dalam menentukan harga.</li> <li>3. Ketepatan dalam menentukan waktu.</li> </ol> <p>(Sugiarto, 2012: 15)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kantor pos boyolali selalu mengirimkan barang dengan cepat sampai tujuan</li> <li>2. Kantor pos boyolali selalu mengirimkan barang dengan tepat sampai tujuan</li> <li>3. Harga yang dipatok oleh kantor pos boyolali sesuai dengan kecepatan pengiriman</li> <li>4. Paket pilihan jangka waktu pengiriman yang disediakan kantor</li> </ol>

			pos boyolali sudah lengkap 5. Kantor pos boyolali selalu tepat waktu dalam mengirim barang
--	--	--	---

Sumber data primer 2021

## 7. Uji Instrumen Penelitian

### a. Uji Validitas

Validitas adalah salah satu yang utama yang harus dimiliki oleh setiap alat ukur. Validitas diartikan sebagai ketepatan dan kecermatan instrumen dalam menjalankan fungsi ukurnya. Untuk menguji validitas instrumen di dalam suatu penelitian, maka digunakan *corrected item total correlation* dengan bantuan computer SPSS 21,0 *for windows*. Uji validitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengambilan keputusan pada uji validitas penelitian ini menggunakan batasan r tabel dengan signifikansi 0,05. Apabila nilai korelasi diatas 0,30 maka sampel dalam penelitian dianggap sudah mencukupi dan layak untuk dianalisis lebih lanjut. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi product moment seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2010: 356), yaitu:

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum x)(\sum Y)}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum X)^2(\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = Jumlah Responden

$\sum xy$  = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y

$\sum x^2$  = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$  = Jumlah dari kuadrat Y

$(\sum X)^2$  = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$  = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Bila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel variabel tersebut valid, sedangkan jika  $r$  hitung  $H_0$  maka  $H_0$  ditolak yang artinya lebih kecil dari  $r$  tabel diterima yang artinya variabel tidak diterima (tidak valid).

### 1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu alat ukur yang mengacu pada kepercayaan dan konsistensi hasil ukur, yang mempunyai makna mengenai seberapa tinggi kecermatan pengukuran. reliabilitas instrumen yaitu suatu instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama. Hasil pengukran dengan tingkat reliabilitas yang tinggi akan memberikan hasil yang terpercayaa. Apabila suatu instrumen dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya yang diperoleh konsisten, maka instrumen itu reliabel (Sugiyono, 2014: 348). Uji reliabilitas terhadap item-item pertanyaan dan kuesioner digunakan untuk mengukur kehandalan atau konsistensi dan instrument penelitian. Kriteria pengujian reliabilitas adalah jika nilai  $\alpha > 0,60$ , berarti pernyataan reliabel, dan sebaliknya jika nilai  $\alpha \leq 0,60$ , berarti pernyataan tidak reliable.

Rumus alpha cronbach sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k - 1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan:

$r_{11}$  : Nilai reliabilitas

$\sum S_i$  : Jumlah varians skor tiap-tiap item

$S_t$  : Varians total

$k$  : Jumlah item

## 8. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji awal tentang judul penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas, tarif jasa J&T cabang Kartasura Sukoharjo. Pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti menggunakan model regresi yaitu uji asumsi terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas. Berikut penjelasan masing-masing asumsi klasik:

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011: 160). Mengetahui data yang digunakan dalam model berdistribusi normal atau tidak, dapat dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-smirnov*. Jika nilai *Kolmogorov-smirnov* lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ , maka data normal (Ghozali, 2013: 147). Deteksi normalitas dapat diketahui dengan melihat sebaran data pada sumbu diagonal pada suatu grafik. dasar dalam pengambilan keputusan uji normalitas adalah:

- 1). Apabila data tersebut menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.
- 2). Apabila data tersebut menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011: 105), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara

untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dilakukan dengan cara meregresikan model analisis dan melakukan uji korelasi antar variabel independen dengan menggunakan *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance value*. Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai  $tolerance > 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF < 10$  (Ghozali, 2013: 105).

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara mendeteksinya adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya ZRESID. Apabila titik-titiknya menyebar diatas dan dibawah angka nol dan tidak membentuk pola tertentu maka model regresi bebas dari masalah heteroskedastisitas. Bisa juga menggunakan uji glejser dimana jika variabel independen signifikan mempengaruhi variabel dependen maka terjadi heteroskedastisitas dan jika signifikan di atas tingkat kepercayaan 5% maka tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2013: 139).

### 2. Uji Hipotesis

#### a. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah sebuah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan/atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2013: 86). Adapun formula yang digunakan dalam metode analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

Rumus regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = kepuasan pelanggan

a = bilangan konstanta

b = koefisien Regresi

X1 = kualitas layanan

X2 = tarif jasa J&T

e = error

b. Uji simultan (Uji F)

Uji F adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan antara variabel budaya organisasi, kompetensi, dan disiplin kerja terhadap variabel peningkatan produktivitas tenaga kerja operasional bagian mekanisasi. Apabila hasil dari uji F memiliki angka sig < 0,05 menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Siregar, 2017: 303). Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

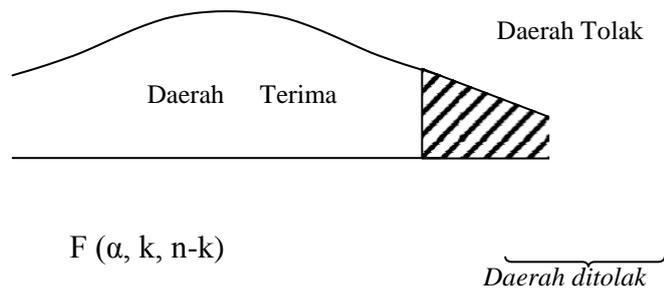
1). Menentukan formulasi Ho dan Ha

Jika Ho :  $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ , tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan (X<sub>1</sub>), alasan memilih jasa J&T (X<sub>2</sub>), dan ketepatan waktu (X<sub>3</sub>) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan J&T cabang Kartasura , Sukoharjo.

Jika Ha :  $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$ , ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan (X<sub>1</sub>), alasan memilih jasa J&T (X<sub>2</sub>), dan ketepatan waktu (X<sub>3</sub>) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan J&T cabang Kartasura , Sukoharjo.

2). Menentukan *level of signifikan* ( $\alpha$ )

3). Rule of the tes



**Gambar III.1**  
**Kurva Normal Uji F**

Ho diterima:  $F_{hitung} \leq F_{tabel}(\alpha, k, n-k)$

Ho ditolak :  $F_{hitung} > F_{tabel}(\alpha, k, n-k)$

1) Menghitung nilai F

$$F = \frac{R^2 / k - 1}{1 - R^2 / (n - k)}$$

Keterangan:

$k$  = jumlah parameter yang diestimasi termasuk *intercept*

$n$  = jumlah pengamat

$R^2$  = koefisien determinasi

2) Keputusan

Ho diterima apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

Ho ditolak apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$

a. Uji Parsial (uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelasan secara terpisah, kontribusi yang ditimbulkan masing-masing

variabel bebas terhadap variabel terikat, apabila hasil uji t dengan nilai signifikan  $< 0,05$ , memiliki arti bahwa variabel secara individual atau parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Siregar, 2017: 304).

Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

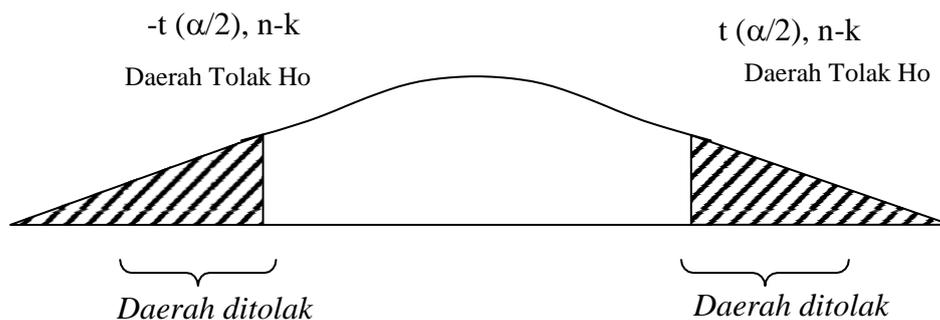
- 1) Menentukan formulasi  $H_0$  dan  $H_a$

Jika  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ , artinya variabel independen kualitas layanan ( $X_1$ ), alasan memilih jasa J&T ( $X_2$ ), dan ketepatan waktu ( $X_3$ ) secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan.

Jika  $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$ , artinya variabel independen kualitas layanan ( $X_1$ ), alasan memilih jasa J&T ( $X_2$ ), dan ketepatan waktu ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan.

- 2) Menentukan *level of signifikan* ( $\alpha$ )

- 3) *Rule of the test*



**Gambar III.2**  
**Kurva Normal Uji t**

$H_0$  diterima :  $-t (\alpha/2, n-k) \leq t \leq t (\alpha/2, n-k)$

$H_0$  ditolak :  $t < -t (\alpha/2, n-k)$  atau  $t > t (\alpha/2, n-k)$

- 4) Menghitung nilai t

$$t_{hitung} = \frac{b - \beta}{S_b}$$

Keterangan:

$b$  = koefisien regresi

$\beta$  = slop garis regresi

$S_b$  = standart error

5) Keputusan penguji

- a)  $H_0$  diterima berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b)  $H_0$  ditolak berarti terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

1. Koefisien Determinasi (Adjusted  $R^2$ )

Koefisien determinasi untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu nol dan satu. Apabila nilai  $R^2$  sedikit, maka kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel terikat terbatas. Namun jika nilai  $R^2$  mendekati satu, variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variansi variabel terikat atau memiliki pengaruh yang kuat (Ghozali, 2013: 97).

## DAFTAR PUSAKA

- Irnandha, A. & Agung, U. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta. *Jurnal Prodi Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Adianto, Harna.(Desember 2018).Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.*Jurnal AKSARA PUBLIC Volume 2 Nomor 4 Edisi Desember 2018 (48-61)*.
- Aminah.dkk.(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), Volume 17, Nomor 2, September 2017*.[www.stie-ibek.ac.id](http://www.stie-ibek.ac.id).
- Amrie, M.(2019, 6 17).[www.autoexpose.org](http://www.autoexpose.org).Retrieved 6 17, 2019, from <https://www.autoexpose.org/2019/06/definisi-metode-penelitian-kualitatif.html>.
- Ariani, Sisca.dkk.(2019).Analysis Of The Influence Of Service Quality, Price, Trust And Corporate Image On Satisfaction And Customer Loyalty In PT. J&T Indonesia Banjarmasin.*European Journal of Management and Marketing Studies Volume 4 | Issue 2*.
- Faroh, Wahyu Nurul.Nurul Zahri.(Juli 2019).Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Mafati Inovasi Technology Pondok Cabe – Tangerang Selatan.*Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma Vol.2, No.3, Juli 2019 Halaman : 26 – 35*.
- Juniariska, Shintia.dkk.(2020).Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. J&T Indonesia (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Gempol). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma,143-156*.[website :www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id).
- Hadiman, Yuliana Susanti.(2018).BAB IV Gambaran Umum Objek Penelitian.Kantor pos Boyolali merupakan salah satu cabang PT J&T Indonesia, from <https://docplayer.info/83166446-Bab-iv-gambaran-umum-objek-penelitian-kantor-pos-boyolali-merupakan-salah-satu-cabang-pt-pos-indonesia.html>.
- Hakim, Arif Luqman.dkk.(2018).Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus pengguna jasa grab pada mahasiswa feb universitas islam malang).*e – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma, hal 24-34*.
- Irawan, Roy.(Oktober 2019).Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ajjib Bakery Jakarta.*Jurnal Akuntansi dan Manajemen Vol. 16 No. 02, Oktober 2019*.

Lisnasari, Nova.dkk.(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)*, Volume 13, Nomor 2, November. [www.stie-ibek.ac.id](http://www.stie-ibek.ac.id).

Brillyan Jaya Sakti.(2018).Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan.Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro,7.

Herwinda Lucky Kuswaraningtyas.(2017).Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Pelanggan PT.Jalur Nugraha Ekakurir Cabang Klaten).Jurusan Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.