



# Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan

(Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Pengiriman Barang (J&T) Di Pandaan)

Mirzha Zhulfy Zaintara

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Jurusan Administrasi Bisnis  
Universitas Yudharta Pasuruan

**Abstract.** *The purpose of this study was to see the effect of service quality, facilities and timeliness on customer satisfaction at PT. Global Jet Express (J&T) in Pandaan. This study used a quantitative research approach with data collection techniques by distributing questionnaires to 100 consumers. The data analysis method used is Multiple Linear Regression analysis by calculating the SPSS 23 software in which the data will be described, analyzed, and discussed in order to answer and prove the proposed hypothesis. Based on the research results, the Service Quality variable has a significant effect on Customer Satisfaction, the Facilities variable has a significant effect on Customer Satisfaction and Timeliness has a significant effect on Customer Satisfaction at PT. Global Jet Express (J&T) in Pandaan. While simultaneously the Quality of Service, Facilities and Timeliness have a positive and significant effect on Customer Satisfaction.*

**Keywords:** *Service Quality, Facilities and Timeliness and Customer Satisfaction.*

**Abstrak.** Tujuan dari ipenelitian iini iuntuk melihat Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan gerai PT. Globali Jeti Expressi (J&T) di Pandaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian Kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui sebar kuesioner atau angket kepada 100 konsumen. Metode analis data yang digunakan adalah menggunakan analisis Regresi Linear Berganda dengan melakukan perhitungan software SPSS 23 yang mana data tersebut akan diuraikan, dianalisis, dan dibahas guna menjawab dan membuktikan hipotesa yang diajukan. Berdasarkan hasil penelitian variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, variabel Fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Ketepatan Waktu berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada gera PT. Global Jet Express (J&T) di Pandaan. Sedangkan secara simultan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dani Ketepatan Waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Kata kunci:** Kualitasi Pelayanan, Fasilitas dan Ketepatan Waktu dan Kepuasan Pelanggan.

## PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini, produk atau jasa yang bersaing dalam suatu pasar semakin banyak dan beragam akibat adanya keterbukaan pasar dan banyaknya kebutuhan konsumen. Hal ini juga mengharuskan setiap perusahaan menyusun kembali strategi. Sehingga terjadilah persaingan antara produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan.

Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kepuasan konsumen senantiasa menjadi suatu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan suatu indikator ke depan akan keberhasilan bisnis

Received Juni 30, 2023; Revised Juli 2, 2023; Accepted Agustus 18, 2023

\* Mirzha Zhulfy Zaintara

perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan konsumen terhadap masa depan bisnis perusahaan (Assauri, 2012).

Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan kemampuan bersaing dan tingkat keuntungan perusahaan. Pelayanan memperpanjang dasar hidup suatu produk yaitu pelayanan bukan saja bagian yang penting dari suatu produk, tapi juga memberikan pendapat dan keuntungan yang lebih besar melalui dasar hidup suatu produk.

Menurut (Kotler, 2016) kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan. Sedangkan menurut (Kotler, 2016) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Selain kualitas pelayanan, penyediaan fasilitas juga turut berperan dalam menjaring kepuasan konsumen. Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan (Amriyana Faradila Rizki Hidayati, 2021).

Menurut (Philip Kotler Gary. Armstrong, 2014) fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen. Tujuan dari fasilitas adalah untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen dan diharapkan konsumen akan mau untuk mengulangi lagi membeli jasa yang disediakan oleh perusahaan.

Ketepatan (akurasi) adalah kesamaan atau kedekatan suatu hasil pengukuran dengan angka atau data yang sebenarnya (true value / correct result). Hal ini tidak berarti bahwa faktor-faktor ini tidak penting sebagai gambaran tingkat kinerja dari pegawai.

Pengukuran secara tidak langsung dapat menjadi penting jika digunakan secara tepat. Beberapa kasus dalam kegiatan sumber daya manusia tidak terlibat langsung dengan analisa biaya. Efektifitas merupakan suatu masa yang menuju pada produktivitas dan efisiensi. Untuk menaksir efektivitas dari suatu fungsi, kita membutuhkan pengukuran yang berkaitan dengan waktu, kualitas dan kuantitas.

Kualitas pelayanan yang baik, fasilitas yang baik, ketepatan waktu akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa yang telah diberikan oleh perusahaan. Apabila konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas layanan, fasilitas,

ketepatan waktu yang diberikan dan tingkat kepercayaan konsumen yang rendah maka konsumen tidak akan lagi menggunakan jasa pengiriman tersebut.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah di kemukakan di atas, maka yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ?
2. Apakah Fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ?
3. Apakah Ketepatan Waktu berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ?
4. Apakah Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ), dan Ketepatan Waktu ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) ?

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah secara umum untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara spesifik tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Mengetahui pengaruh Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan.
4. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Fasilitas ( $X_2$ ), dan Ketepatan Waktu ( $X_3$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ).

### **KERANGKA Teori**

#### **Pemasaran**

Menurut (Kotler, 2016) *Marketing is a societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, freely exchanging products and services of value with other.* Artinya pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan secara bebas saling bertukar produk atau jasa yang bernilai satu sama lainnya. Pemasaran adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan individual atau kelompok melalui proses pertukaran suatu nilai dengan nilai lain.

Dalam pemasaran kegiatan bisnis dirancang untuk mendistribusikan produk kepada pelanggan untuk mencapai sasaran serta tujuan organisasi.

### **Bauran Pemasaran Jasa**

Menurut (Philip Kotler Gary. Armstrong, 2014) menyatakan bahwa bauran pemasaran adalah *The set of tactical marketing tools product, price, place, and promotion that the firm blends to produce the response it wants in the target market*. Artinya seperangkat alat pemasaran produk, harga, tempat dan promosi yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang di inginkan di target pasar.

Pemasaran memiliki inti yang menjadi perhatian setiap pemasar yaitu bauran pemasaran, dimana bauran pemasaran merupakan variabel-variabel yang dapat dikontrol perusahaan dan juga dapat digunakan untuk mempengaruhi pasar. Bauran pemasaran juga sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk dari perusahaan.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut (Fandy, 2016) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Penilaian kualitas pelayanan terjadi selama proses penyampaian jasa tersebut. Setiap kontak yang terjadi antara penyedia jasa dengan konsumen merupakan gambaran mengenai suatu moment of truth yaitu suatu peluang untuk memuaskan atau tidak memuaskan konsumen. Pada prinsipnya kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

### **Fasilitas**

Menurut (Maydiana, 2019) fasilitas adalah “semua perlengkapan fisik pendukung dan nyaman disediakan oleh perusahaan jasa pelanggan”. Sehingga dimasa depan serta memiliki umur atau masa manfaatnya yang relatif permanen.

Fasilitas adalah objek penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, seperti rasa nyaman bagi pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Perusahaan jasa memelihara fasilitas yang cukup guna meringankan pemakaian jasa saat memakai jasanya

dan melahirkan rasa nyaman saat memakai jasanya, yang mana memengaruhi pembelian jasa pelanggan.

### **Ketepatan Waktu**

Menurut (Tania, 2021) ketepatan waktu ialah bahwa proses pengiriman barang yang dilakukan harus sesuai dengan hari dan tanggal yang telah ditentukan apabila hari dan tanggal tidak sesuai yang telah ditentukan dapat menjadi pemicu pelanggan untuk komplain, dengan jumlah pengiriman barang dan barang yang sampai harus secara tepat waktu agar para pelanggan merasa puas jika barang yang diantar tersebut sampai dengan waktu yang telah ditentukan.

Ketepatan waktu juga mengandung arti bahwa pelayanan kepada pelanggan dapat diselesaikan dalam waktu yang sudah ditentukan. Menurut (Handoko, 2010) ketepatan waktu ialah jangka waktu pelanggan memesan suatu produk sehingga produk tersebut tiba di pelanggan secara tepat waktu dengan aman dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Fandy, 2016) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya.

kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang terhadap produk atau jasa yang sudah dibelinya setelah membandingkan antara kinerja dengan harapan yang dirasakan konsumen. Apabila kinerja dianggap melebihi harapan maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya apabila kinerja dianggap tidak melebihi harapan maka konsumen tidak merasa puas.

## **METODE**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut (Suliyanto, 2018) Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan data yang berbentuk angka-angka atau bilangan. Terdapat dua jenis variabel pada penelitian ini yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Kepuasan Pelanggan. Sedangkan pada variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Ketepatan Waktu.

## **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini akan dilakukan oleh penulis dengan mengambil lokasi di beberapa Gerai Jasa Ekspedisi J&T di Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur.

## **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang pernah menggunakan jasa pengiriman paket PT. Global Jet Express (J&T) di Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan.

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, penulis menggunakan metode *Non Probability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling*.

Menurut (Sugiyono, 2018) purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan pemilihan sampel dengan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang penulis tentukan. Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian adalah:

1. Masyarakat umum yang pernah menggunakan jasa pengiriman paket PT. Global Jet Express (J&T) minimal dua kali.
2. Bertempat tinggal di Kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan.

Karena jumlah populasi masyarakat umum Kecamatan Pandaan Pasuruan yang menggunakan jasa pengiriman J&T tidak dapat ditentukan atau tak terhingga, maka penulis menggunakan rumus dari Rao Purba (Sejati & Prastiwi, 2015) yaitu:

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

Z = 1.96 score pada tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)

Moe = Margin of eror, tingkat kesalahan maksimum adalah 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1.96^2}{4(10\%)^2} = 96.04$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui jumlah sampel sebesar 96.04 sampel, untuk mempermudah dalam penelitian maka sampel dapat dibulatkan menjadi 100 sampel.

### **Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2018). Adapun cara untuk memperoleh data dan informasi dalam penelitian ini adalah Kuesioner / Angket.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan penyebaran seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada seluruh masyarakat umum yang berada di Kabupaten Pasuruan. Pengumpulan data ini didasarkan atas dasar jawaban atau tanggapan responden terhadap pertanyaan atau pernyataan yang diajukan peneliti.

### **Instrumen Penelitian**

Instrument penelitian ini diukur menggunakan skala likert sebagai skala untuk menunjukkan sikap. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018). Dimana jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti tercantum pada tabel 1 berikut ini:

**Tabel 1**  
**Skala dan Pernyataan**

<b>Skala</b>	<b>Pernyataan</b>
1	Tidak Setuju (TS)
2	Kurang Setuju (KS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Sumber : (Sugiyono, 2018)

### **Teknik Analisis Data**

#### **1. Analisis Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skeness (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2018).

## **2. Uji Instrumen Penelitian**

### **Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh pertanyaan tersebut dan dikatakan valid jika skor masing masing pertanyaan berkorelasi secara signifikan dengan skor totalnya. Pengujian validitas sendiri dilakukan dengan kriteria tertentu yaitu, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf signifikan 5% atau 0.05 maka instrumen dinyatakan valid. Dan jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan taraf signifikan 5% atau 0.05 maka instrumen dinyatakan tidak valid. Pada tingkat signifikansi 5% dan dengan jumlah  $N=100$ , nilai  $r_{tabel}$  dari suatu kuesioner adalah 0.197. apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0.197), maka pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini valid.

### **Uji Reabilitas**

Pengujian Reliabilitas digunakan untuk mengetahui suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Butir pertanyaan dikatakan reliabel apabila jawaban dari responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau tetap. Uji reliabilitas dilakukan dengan kriteria tertentu, yaitu: jika nilai cronbach's alpha  $> 60$  maka pertanyaan reliabel. Dan jika nilai cronbach's alpha  $< 60$  maka pertanyaan tidak reliabel.

## **3. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik dilakukan agar model regresi dapat terhindar dari pelanggaran, maka perlu dilakukan uji pendahuluan melalui uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Pengujian tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

### **Uji Normalitas**

Menurut (Ghozali, 2018) menjelaskan uji normalitas sebagai berikut: "Selain uji asumsi klasik multikolinieritas dan heteroskedastisitas, uji asumsi klasik yang lain adalah uji normalitas, di mana uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali".

Uji Normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara distribusi serangkaian sampel dengan distribusi teoritis tertentu. Uji menguji

normalitas residual menggunakan uji statistik non parametrik (K-S) Kolmogorov – Smirnov.

Hipotesisnya yaitu :

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : data residual tidak berdistribusi normal

Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikan yang ditentukan ( $\alpha = 0,05$ ) maka Ho ditolak atau data tidak berdistribusi normal, sedangkan apabila nilai signifikansi lebih besar dari nilai signifikansi yang ditentukan ( $\alpha = 0,05$ ) maka Ho diterima atau data berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah adanya korelasi antar variabel independen. Indikator model regresi yang baik adalah tidak adanya korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2018). Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel variabel yang diteliti tidak orthogonal. Variabel orthogonal merupakan variabel independent yang nilai korelasinya sama antar sesama variabel independen sama dengan nol. Menurut (Ghozali, 2018) menyatakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.

Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi maka hal ini menunjukkan indikasi adanya multikolinearitas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolinearitas.

Multikolinearitas juga dapat dilihat dari: a) tolerance value dan lawanya b) Variance Inflation Faktor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance 64 yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF=1/tolerance$ ). Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan sebagai berikut:

Tolerance value  $< 0,10$  atau VIF  $> 10$  : terjadi multikolinearitas.

Tolerance value  $> 0,10$  atau VIF  $< 10$  : tidak terjadi multikolinearitas".

### Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018) menjelaskan uji heteroskedastisitas sebagai berikut: "Dalam persamaan regresi beranda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi Heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas".

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan variabel residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Berganda digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X). Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan. Bentuk persamaannya adalah:

$$KPL = a + \beta_1 KP + \beta_2 F + \beta_3 KW + e$$

Dimana :

KPL : Kepuasan Pelanggan

A : Konstanta

$\beta_1 - \beta_4$  : Koefisien Regresi

KP : Kualitas Pelayanan

H : Fasilitas

KW : Ketepatan Waktu

E : Standart Error

#### **4. Uji Signifikansi Koefisien Regresi Linier Berganda**

##### Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F atau uji koefisien regresi secara serentak digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersamaan atau serentak terhadap variabel dependen. Jika F hitung lebih besar daripada F tabel pada tingkat signifikansi 0,05 maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen dan hipotesis diterima. Sebaliknya, jika F hitung lebih kecil daripada F tabel pada tingkat signifikansi 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen dan hipotesis ditolak. (Duwi Priyatna, 2013).

##### Uji Parsial (Uji t)

Menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan secara individual. Uji t dapat dilakukan dengan mengamati nilai signifikansi t.

#### **5. Analisis Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model yang dibentuk dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai Adjusted R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independent (Ghozali, 2018).

Berdasarkan penghitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi yaitu untuk melihat persentase pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2) dan Ketepatan Waktu (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

**Tabel 2**

**Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

Pernyataan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
X1.1	0,197	0,631	Valid
X1.2	0,197	0,587	Valid
X1.3	0,197	0,710	Valid
X1.4	0,197	0,746	Valid
X1.5	0,197	0,520	Valid

Sumber: Data Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas nilai r hitung dari pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan masing-masing adalah 0,631 untuk X1.1, 0,587 untuk X1.2, 0,710 untuk X1.3, 0,746 untuk X1.4 dan 0,520 untuk X1.5. Nilai r hitung dari setiap pernyataan tersebut bernilai positif dan lebih besar dari r tabel 0.197. Jadi, semua item pernyataan pada instrumen penelitian variabel Kualitas Pelayanan (X1) dinyatakan memenuhi persyaratan validitas.

**Tabel 3**

**Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2)**

Pernyataan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
X2.1	0,197	0,606	Valid
X2.2	0,197	0,644	Valid
X2.3	0,197	0,685	Valid
X2.4	0,197	0,611	Valid
X2.5	0,197	0,608	Valid

Sumber: Data Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas nilai r hitung dari pernyataan pada variabel Fasilitas masing-masing adalah 0,606 untuk X2.1, 0,644 untuk X2.2, 0,685 untuk X2.3, 0,611 untuk X2.4 dan 0,608 untuk X2.5. Nilai r hitung dari setiap pernyataan tersebut bernilai positif dan lebih besar dari r tabel 0.197. Jadi, semua item pernyataan pada instrumen penelitian variabel Fasilitas (X2) dinyatakan memenuhi persyaratan validitas.

**Tabel 4****Uji Validitas Variabel Ketepatan Waktu (X3)**

Pernyataan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
X3.1	0,197	0,803	Valid
X3.2	0,197	0,713	Valid
X3.3	0,197	0,833	Valid
X3.4	0,197	0,785	Valid
X3.5	0,197	0,811	Valid

Sumber: Data Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas nilai  $r$  hitung dari pernyataan pada variabel Ketepatan Waktu masing-masing adalah 0,803 untuk X3.1, 0,713 untuk X3.2, 0,833 untuk X3.3, 0,785 untuk X3.4 dan 0,811 untuk X3.5. Nilai  $r$  hitung dari setiap pernyataan tersebut bernilai positif dan lebih besar dari  $r$  tabel 0.197. Jadi, semua item pernyataan pada instrumen penelitian variabel Ketepatan Waktu (X3) dinyatakan memenuhi persyaratan validitas.

**Tabel 5****Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

Pernyataan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
Y1.1	0,197	0,718	Valid
Y1.2	0,197	0,826	Valid
Y1.3	0,197	0,813	Valid
Y1.4	0,197	0,675	Valid
Y1.5	0,197	0,706	Valid
Y1.6	0,197	0,636	Valid
Y1.7	0,197	0,754	Valid
Y1.8	0,197	0,697	Valid

Sumber: Data Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas nilai  $r$  hitung dari pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan masing-masing adalah 0,718 untuk Y1.1, 0,826 untuk Y1.2, 0,813 untuk Y1.3, 0,675 untuk Y1.4, 0,706 untuk Y1.5, 0,636 untuk Y1.6, 0,754 untuk Y1.7 dan 0,697 untuk Y.1.8. Nilai  $r$  hitung dari setiap pernyataan tersebut bernilai positif dan lebih besar dari  $r$  tabel 0.197. Jadi, semua item pernyataan pada instrumen penelitian variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan memenuhi persyaratan validitas.

## Uji Reliabilitas

**Tabel 6**

### Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,627	Reliabel
Fasilitas (X2)	0,614	Reliabel
Ketepatan Waktu (X3)	0,805	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,741	Reliabel

Sumber: Data Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas, Variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,627, variabel Fasilitas (X2) sebesar 0,614, variabel Ketepatan Waktu (X3) sebesar 0,805, dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,741. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dari seluruh variabel penelitian lebih dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ) atau berada dalam kisaran 0,61 sampai 0,80. Hal demikian menandakan bahwa seluruh variabel independen (X1,X2,X3) maupun variabel dependen (Y) pada penelitian ini dapat dinyatakan bersifat reliabel.

## Uji Normalitas

**Tabel 7**

### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation <sup>b</sup>	3,04439796
Most Extreme Differences	Absolute Positive	,108
	Absolute Negative	,108
	Positive	-,058
Test Statistic		,108
Asymp. Sig. (2-tailed)		,416 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Output SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov smirnov*, pada tabel 7 diatas menunjukkan data residual distribusi dengan normal. Berdasarkan hasil output SPSS, besarnya nilai signifikansi yaitu  $0,416 > 0,05$ . Hal ini berarti hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 8**  
**Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	,602	1,660
Fasilitas	,514	1,945
Ketepatan Waktu	,573	1,744

Sumber: Data Output SPSS, 2023

Berdasarkan keterangan pada tabel 8 diatas tertera nilai tolerance dari variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Ketepatan Waktu berturut-turut sebesar 0,602, 0,514, dan 0,573. Hasil perhitungan semua nilai tolerance lebih besar dari 0,1. Hal yang sama ditunjukkan pada tabel VIF dari variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Ketepatan Waktu berturut-turut sebesar 1,660, 1,945, dan 1,744 yang menunjukkan nilai VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian maka model regresi yang dihasilkan terbebas dari gejala multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 9**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,681	2,864		3,380	,000
Kualitas Pelayanan	,508	,158	,324	3,216	,052
Fasilitas	,539	,176	,335	3,065	,246
Ketepatan Waktu	,115	,154	,077	,748	,456

Sumber: Data Output SPSS, 2023

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan menggunakan uji Glejser, pada tabel 9 diatas menunjukkan nilai probabilitas dari variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Ketepatan Waktu berturut-turut sebesar 0,052 , 0,246, dan 0,456. Semua nilai yang sudah dihitung menunjukkan probabilitas lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas, maka Ho diterima (tidak ada heteroskedastisitas).

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

**Tabel 10**

#### **Uji Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,059	,033		,231	,000
	Kualitas Pelayanan	,508	,158	,324	3,216	,052
	Fasilitas	,539	,176	,335	3,065	,246
	Ketepatan Waktu	,115	,154	,077	,748	,456

Sumber: Data Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 10, diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$KPL = 0,059 + 0,324 KP + 0,335 F + 0,077 KW + e$$

Dimana :

KPL : Kepuasan Pelanggan

A : Konstanta

$\beta_1 - \beta_4$  : Koefisien Regresi

KP : Kualitas Pelayanan

H : Fasilitas

KW : Ketepatan Waktu

E : Standart Error

Dari persamaan diatas dapat diuraikan bahwa nilai pada kolom B Unstandardized Coefficientster dapat nilai- nilai berupa konstanta sebesar 0,059, nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,324, nilai koefisien regresi Fasilitas sebesar 0,335, nilai koefisien regresi Ketepatan Waktu yaitu sebesar 0,077.

Maka persamaan:

Nilai konstanta sebesar 0,059 menunjukkan jika variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Ketepatan Waktu tidak dimasukkan dalam model regresi atau bernilai nol, maka nilai Kepuasan Pelanggan sebesar 0,059%.

Nilai koefisien Kualitas Pelayanan sebesar 0,324 menunjukkan apabila nilai Kualitas Pelayanan naik sebesar 1%, maka nilai Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0,324 dengan asumsi bahwa nilai Fasilitas dan Ketepatan Waktu tidak berubah atau tetap.

Nilai koefisien Fasilitas sebesar 0,335 menunjukkan apabila nilai Fasilitas naik sebesar 1%, maka nilai Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0,335 dengan asumsi bahwa nilai Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu tidak berubah atau tetap.

Nilai koefisien Ketepatan Waktu yaitu sebesar 0,077 menunjukkan apabila nilai Ketepatan Waktu naik sebesar 1%, maka nilai Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0,077 dengan asumsi bahwa nilai Kualitas Pelayanan dan Fasilitas tidak berubah atau tetap.

### Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 11**  
**Uji t Kualitas Pelayanan**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15,293	2,592		5,900	,000
Kualitas Pelayanan	,885	,130	,565	6,782	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Output SPSS,2023

Berdasarkan tabel 11 diatas ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada gerai PT. Global Jet Express (J&T) di Pandaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,885 dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .

**Tabel 12**

**Uji t Fasilitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,224	2,670		5,327	,000
	Fasilitas	,928	,133	,576	6,983	,029

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Output SPSS,2023

Berdasarkan tabel 12 diatas ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada gerai PT. Global Jet Express (J&T) di Pandaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,928 dengan signifikansi sebesar  $0,029 < 0,05$ .

**Tabel 13**

**Uji t Ketepatan Waktu**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,153	2,686		7,130	,000
	Ketepatan Waktu	,683	,134	,458	5,098	,041

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Output SPSS,2023

Berdasarkan tabel 13 diatas ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan pada gerai PT. Global Jet Express (J&T) di Pandaan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,683 dengan signifikansi sebesar  $0,041 < 0,05$ .

**Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)**

**Tabel 14**

**Uji Simultan**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,021	3	,005	1,656	,019 <sup>b</sup>
	Residual	,300	96	,003		
	Total	,321	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu, Kualitas Pelayanan, Fasilitas

Sumber: Data Output SPSS,2023

Berdasarkan tabel 14 diatas, dapat dilihat nilai F hitung sebesar 1,656 dan signifikansi sebesar 0.019. hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih kecil dari F tabel 2,70 dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Artinya bahwa Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Ketepatan Waktu secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada gerai PT. Global Jet Express (J&T) di Pandaan.

## Hasil Analisis Koefisien Determinasi

**Tabel 15**

### Koefisien Determinasi

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,642 <sup>a</sup>	,412	,393	3,092

a. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu, Kualitas Pelayanan, Fasilitas

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Output SPSS,2023

Hasil uji Adjusted R<sup>2</sup> pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,393. Hal ini menunjukkan bahwa variasi Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Ketepatan Waktu secara bersama-sama sebesar 39,3%, sedangkan sisanya sebesar 60,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas Pelayanan sebagai unsur penting bagi sebuah perusahaan dalam bidang pengiriman jasa. Sesuai dengan hasil uji diatas dapat di simpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada gerai PT. Global Jet Express (J&T) di Pandaan. Hasil ini mendukung hipotesis bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian ini dibuktikan dengan hasil rata-rata frekuensi (mean) tertinggi pada jawaban kuesioner variabel Kualitas Pelayanan (X1) terdapat pada indikator X1.5 dengan nilai mean yang didapatkan sebesar 4,15 yaitu saya mendapatkan informasi yang jelas dan terperinci mengenai jaminan atau garansi yang disediakan untuk jasa ini J&T Express, yang dimana kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen (Fandy, 2016). Pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada indikator Y.8 dengan nilai mean yang didapatkan sebesar 4,28 yaitu saya

merasa bahwa jasa J&T Express mudah ditemukan melalui platform atau saluran distribusi yang terpercaya, dimana pelanggan akan semakin puas relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanannya (Fandy, 2016).

Hasil rata-rata frekuensi (mean) terendah pada jawaban kuesioner variabel Kualitas Pelayanan (X1) terdapat pada indikator X1.2 dengan nilai mean yang didapatkan sebesar 3,77 yaitu saya merasa didengarkan dengan baik dan dipahami oleh kurir yang memberikan pelayanan, dimana perhatian yang diberikan para pegawai dalam melayani dan memberikan tanggapan atas keluhan para konsumen (Fandy, 2016). Pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada indikator Y.5 dengan nilai mean yang didapatkan sebesar 3,92 yaitu jasa J&T Express memberikan kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau, dimana Konsumen yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value form money yang tinggi (Fandy, 2016).

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap para pelanggannya maka akan semakin baik juga kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang akan di berikan oleh perusahaan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi produk atau jasa, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas pelayanan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (virdha noor, 2020) dan (Jaya Sakti & Mahfudz, 2018) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

### **Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan**

Sesuai dengan hasil uji diatas dapat di simpulkan bahwa Fasilitas berpengaruh positif parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada gerai PT. Global Jet Express (J&T) di Pandaan. Hasil ini mendukung hipotesis bahwa Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian ini dibuktikan dengan hasil rata-rata frekuensi (mean) tertinggi pada jawaban kuesioner variabel Fasilitas (X2) terdapat pada indikator X2.3 dengan nilai mean yang didapatkan sebesar 4,13 yaitu barang yang diterima dalam kondisi baik dan berfungsi dengan baik, tanpa ada kerusakan atau kekurangan yang signifikan, yang dimana kemampuan karyawan untuk memberikan kenyamanan sebagai pajangan atau sebagai infrastruktur pendukung bagi penggunaan barang para pelanggan (Tania, 2021). Pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada indikator Y.8 dengan nilai mean yang didapatkan sebesar 4,28 yaitu saya merasa bahwa jasa J&T Express mudah ditemukan melalui platform atau saluran distribusi yang terpercaya, dimana pelanggan akan semakin puas relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanannya (Fandy, 2016).

Hasil rata-rata frekuensi (mean) terendah pada jawaban kuesioner variabel Fasilitas (X2) terdapat pada indikator X2.2 dengan nilai mean yang didapatkan sebesar 3,93 yaitu layanan dirancang dengan sangat efisien, dimana penempatan ruang tunggu perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan tambahannya (Tania, 2021). Pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada indikator Y.5 dengan nilai mean yang didapatkan sebesar 3,92 yaitu jasa J&T Express memberikan kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau, dimana Konsumen yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value form money yang tinggi (Fandy, 2016).

Fasilitas mengacu pada penyediaan peralatan fisik untuk memudahkan aktivitas atau aktivitas pelanggan sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan perusahaan (Pantilu et al., 2018). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Iskandarsyah & Utami, 2017) dan (Endang & Sugiyanto, 2019) yang menyatakan bahwa Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

### **Pengaruh Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap variabel ketepatan waktu menunjukkan bahwa variabel ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman sebagai faktor penentu pada saat konsumen ingin menggunakan gerai PT. Global Jet Express (J&T) di Pandaan untuk mengirim barang.

Hasil penelitian ini dibuktikan dengan hasil rata-rata frekuensi (mean) tertinggi pada jawaban kuesioner variabel Ketepatan Waktu (X3) terdapat pada indikator X3.4 dengan nilai mean yang didapatkan sebesar 4,21 yaitu barang yang telah dikirim tiba tepat waktu sesuai dengan jadwal pengiriman yang telah ditentukan, yang dimana Ketepatan waktu kedatangan barang yang telah dikirim sesuai jadwal yang telah ditentukan (Tania, 2021). Pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada indikator Y.8 dengan nilai mean yang didapatkan sebesar 4,28 yaitu saya merasa bahwa jasa J&T Express mudah ditemukan melalui platform atau saluran distribusi yang terpercaya, dimana pelanggan akan semakin puas relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau layanannya (Fandy, 2016).

Hasil rata-rata frekuensi (mean) terendah pada jawaban kuesioner variabel Ketepatan Waktu (X3) terdapat pada indikator X3.2 dengan nilai mean yang didapatkan sebesar 3,77 yaitu Harga yang ditawarkan mencerminkan persaingan pasar yang sehat dan tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah, dimana perusahaan ketepatan dalam menentukan harga (Tania,

2021). Pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pada indikator Y.5 dengan nilai mean yang didapatkan sebesar 3,92 yaitu jasa J&T Express memberikan kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau, dimana Konsumen yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value form money yang tinggi (Fandy, 2016).

Ketepatan waktu juga mengandung arti bahwa pelayanan kepada pelanggan dapat diselesaikan dalam waktu yang sudah ditentukan. Menurut (Handoko, 2010). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Eviani & Hidayat, 2021) dan (Artati & Ernawati, 2022) yang menyatakan bahwa Ketepatan Waktu berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil analisis data di ketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Ketepatan Waktu berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ada beberapa yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan, yang pertama perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggannya. Kedua perusahaan harus memberikan fasilitas yang sesuai dengan kualitas yang diterima oleh pelanggan. Dan yang ketiga ketepatan waktu juga harus memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan.

Penelitian ini juga sesuai dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku atau tindakan individu atau kelompok dalam membeli atau menggunakan produk atau jasa yang melibatkan proses pengambilan keputusan sehingga konsumen mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan (Nugraha,J,P., Alfiaj, D., Simulingga, G., Rojiati,U., Saloom, G., Johannes, R., & Beribe, 2021).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan pada gerai PT. Global Jet Express (J&T) di Pandaan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis data dan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dapat dikatakan bahwa hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan

Pelanggan adalah positif. Sehingga hal ini berarti bahwa apabila semakin Kualitas Pelayanan meningkat maka Kepuasan Pelanggan akan naik begitu juga sebaliknya.

2. Berdasarkan analisis data dan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan bahwa Fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dapat dikatakan bahwa hubungan antara Fasilitas dengan Kepuasan Pelanggan adalah positif. Sehingga hal ini berarti bahwa apabila semakin Fasilitas meningkat maka Kepuasan Pelanggan akan naik begitu juga sebaliknya.
3. Berdasarkan analisis data dan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan bahwa Ketepatan Waktu memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dapat dikatakan bahwa hubungan antara Ketepatan Waktu dengan Kepuasan Pelanggan adalah positif. Sehingga hal ini berarti bahwa apabila semakin Ketepatan Waktu meningkat maka Kepuasan Pelanggan akan naik begitu juga sebaliknya.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Ketepatan Waktu secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada perusahaan gerai PT. Global Jet Express (J&T) di Pandaan. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Ketepatan Waktu bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan diterima.

### **Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Dalam pengiriman paket dan penjemputan paket harus terus memberikan pelayanan yang baik, terutama dalam ketepatan waktu pengiriman atau penjemputan paket konsumen dengan cepat. Sehingga konsumen merasa puas dan tidak komplain akan keterlambatan pengiriman atau penjemputan gerai PT. Global Jet Express (J&T) di Pandaan.
2. Bagi karyawan gerai PT. Global Jet Express (J&T) di Pandaan tetap saling bekerja sama untuk menciptakan kinerja karyawan yang baik.
3. Bagi peneliti selanjutnya, di harapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan masukan untuk menambah wawasan. Peneliti menyarankan untuk menambah jumlah sampel untuk mendapatkan data yang lebih akurat lagi dan menambah variabel marketingmix atau variabel lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amriyana Faradila Rizki Hidayati. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express di Martadhinata Kab Bangkalan*. 1–10.
- Artati, & Ernawati, S. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA J&T EXPRESS KOTA BIMA*. 9, 58–66.
- Assauri, S. (2012). *strategic marketing*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Endang, E., & Sugiyanto, S. (2019). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gudang Komoditi Sistem Resi Gudang Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Manajemen*, 4(3), 1031. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i3.269>
- Eviani, I., & Hidayat, Y. R. (2021). Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 11–19. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>
- Fandy, T. dan C. G. (2016). *Service, quality dan satisfaction 4*. Penerbit ANDI.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. H. (2010). *Manajemen Personalia & Sumber daya Manusia*. BPFE-Yogyakarta.
- Iskandarsyah, N. M., & Utami, S. (2017). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Murah Di Hadrah Property. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 2(1), 12. <http://jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/3826>
- Jaya Sakti, B., & Mahfudz. (2018). PELANGGAN (Studi pada J&T Express Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Management*. Pearson Prectice Hall.
- Maydiana, L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Cuci Motor Mandiri. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2), 444–450.
- Nugraha, J.P., Alfiaj, D., Simulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Penerbit NEM.
- Pantilu, D., Koleangan, R. A. M., & Roring, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado. *Pengaruh Kualitas..... 3723 Jurnal EMBA*, 6(4), 3723–3732.
- Philip Kotler Gary. Armstrong. (2014). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Sejati, B. P., & Prastiwi, A. (2015). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Dan Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 0(0), 195–206.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: Andi.

Tania. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel di Batam*. 1–52.

Virdha noor, F. (2020). *pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pt herba penawar alwahida indonesia*.