



Pengaruh Tarif, Kepercayaan, Fasilitas Tracking System dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir di Kota Medan)

Alvira Salsabila¹, Austin Alexander Parhusip²

^{1,2} Universitas Potensi Utama, Sumatera Utara, Indonesia

Jl. Kl. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3-A, Tanjung Mulia, Tj. Mulia, Kec. Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara 20241

Email: alvirasalsabila67@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tarif, kepercayaan, fasilitas *tracking system* dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Di Kota Medan). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan pendekatan asosiatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya kuisioner, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil uji parsial maka pada variabel tarif tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $1,024 < 1,985$. Kemudian pada variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $3,562 > 1,985$. Pada variabel fasilitas *tracking system* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $3,139 > 1,985$. Kemudian pada variabel ketepatan waktu pengiriman tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $-0,940 < 1,985$. Berdasarkan hasil uji secara simultan yakni pada variabel bahwa variabel tarif (X_1), kepercayaan (X_2) fasilitas *tracking system* (X_3) dan ketepatan waktu pengiriman (X_4) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.

Kata Kunci: Tarif, Kepercayaan, Fasilitas Tracking System, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Pada zaman yang semakin maju, kebutuhan seseorang semakin hari semakin meningkat termasuk pada bisnis online yang banyak sekali bermunculan. Seseorang dapat berbelanja dengan hanya mengandalkan layanan online barang akan dikirim. Demikian halnya dengan perkembangan jasa pengiriman atau ekspedisi di Indonesia saat ini semakin meningkat, dibuktikan dengan adanya jumlah pengguna jasa ekspedisi di Indonesia hal

tersebut diakibatkan oleh beberapa faktor diantaranya yang paling utama adalah hadirnya pasar elektronik yang membuat konsumen dengan mudahnya bertransaksi tanpa batas.

Menurut preferensi responden dalam mengirimkan barang, konsumen di Kota Medan banyak menggunakan J&T Express dengan porsi 58 persen. Shopee Express berada di tempat kedua berdasarkan pilihan konsumen dengan perolehan 32 persen. Kemudian, JNE, salah satu pemain jasa pengiriman tertua di Indonesia mendapatkan porsi sebesar 27 persen. SiCepat mendapat angka 23 persen, Gosend 7 persen, *GrabExpress* empat persen, *Ninja Express* empat persen, Pos Indonesia tiga persen, TIKI dua persen, Wahana dan Paxel masing-masing satu persen dan Indah Logistik, Shipper dan Lalamove menjadi yang paling tidak dipilih konsumen di Kota Medan.

Peluang bisnis tersebut telah dimanfaatkan oleh beberapa perusahaan jasa pengiriman seperti ojek *online* atau ojek kurir pengiriman barang dan perusahaan ekspedisi pengiriman barang. Persaingan ketat tentu akan terjadi diantara industri jasa pengiriman baik badan usaha nasional maupun swasta seperti PT Pos Indonesia, JNE, TIKI, J&T, dan lain sebagainya. JNE merupakan ekspedisi yang banyak diminati oleh beberapa konsumen terbukti dengan adanya peningkatan terhadap perusahaan ekspedisi tersebut. Indonesia sendiri saat ini sudah memiliki banyak sekali jasa pengiriman barang baik yang terkenal maupun tidak. Terdapat lebih 10 jasa logistik terkenal yang bisa dipilih oleh konsumen, seperti PT Pos Indonesia, JNE, J&T, Wahana, TIKI, Sicepat, Ninja, RPX, Pandu, NEX dan lain-lain. Dengan beragamnya provider, konsumen mempunyai pilihan yang dapat disesuaikan dengan selera dan budget yang ada.

Bisnis pengiriman barang saat ini mengalami perkembangan yang signifikan sesuai dengan berkembang dunia bisnis online atau transaksi online di Indonesia. Para pemilik jasa pengiriman barang atau jasa logistik ini adalah suatu peluang yang bisa dimanfaatkan. Salah satu perusahaan jasa pengiriman barang atau logistik yang memanfaatkan adalah PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE).

Secara umum kepuasan menurut Kotler (2021) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. 3 Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *the expectancy disconfirmation* model, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan merupakan dampak dari

perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.

Minat pemilihan pengiriman jasa merupakan hal yang penting untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan tersebut. Menciptakan kepercayaan bagi konsumen adalah hal yang penting, mengingat salah satu alasan konsumen menjadi pelanggan yang loyal adalah berdasarkan kepercayaan konsumen terhadap suatu perusahaan. Hal ini mengakibatkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih tempat jasa pengiriman barang yang dapat di percaya, memberikan pelayanan terbaik, dan harga yang terjangkau, sehingga memudahkan kegiatan konsumen dalam hal pendistribusian barang dengan jarak jauh dapat tersalurkan dengan baik.

Untuk mendapatkan kepuasan konsumen dengan baik maka pihak perusahaan harus mendapatkan kepercayaan konsumen terlebih dahulu baik, dengan menerapkan sistem pelayanan yang baik serta memberikan keyakinan kepada konsumen. Menurut et, al Junisi dalam Yoga (2019) menyatakan bahwa kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa pengiriman akan tumbuh apabila memiliki pengalaman yang baik dan informasi yang baik, hal ini disebabkan pengalaman memori konsumen terhadap suatu perusahaan akan membuat konsumen tersebut percaya jika pengalaman yang pernah dialami memuaskan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah fasilitas *tracking system*. Swaid dan Wigand (2021), mendefinisikan bahwa layanan dalam lingkungan elektronik (*e-service*) sebagai salah satu penyerahan jasa dengan menggunakan media baru yaitu website. Suryani (2019) adalah evaluasi dan penilaian secara keseluruhan dari keunggulan pengantaran layanan secara elektronik di pasar virtual.

Sistem pelacakan online atau *tracking* menjadi salah satu hal yang sangat penting di dalam menentukan kepuasan konsumen, dalam perusahaan jasa ekspedisi *tracking* sangat diperlukan, karena hal ini mampu memberikan informasi mengenai keberadaan barang bagi pengirim maupun penerima paket.

Namun fasilitas *tracking system* tidak selalu sesuai dengan keinginan penggunanya, diantaranya sering terjadinya data *error*, nomor id yang salah serta tidak sinkronnya sistem *tracking* dengan kondisi keberadaan paket atau barang yang di kirim.

Adapun ketepatan waktu pengiriman adalah hal yang paling penting untuk kepuasan pelanggan, ketepatan waktu pengiriman menjadi salah satu patokan dan tolak ukur jangka waktu pengiriman barang tiba sesuai dengan estimasi waktu yang diberikan. Menurut Arini T. Soemohadiwidjojo (2021:89) adalah ketika pesanan terkirim secara lengkap dan tepat pada tanggal yang disepakati antara perusahaan dan pelanggan, atau sebelum tanggal yang disepakati, maka pelanggan akan merasa puas menggunakan jasa tersebut.

Masalah yang sering muncul pada ketepatan pengiriman yang dilakukan oleh JNE adalah adanya pengiriman yang tidak sesuai dengan waktu yang ditentukan biasanya barang tersebut tidak dapat dilacak sehingga membuat keresahan terhadap pelanggan dan menimbulkan rasa tidak puas.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah di jelaskan penulis maka, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Tarif, Kepercayaan, Fasilitas *Tracking System* Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang analisis lebih fokus pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistik. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif yang dimana pendekatan ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel.

1) Data Primer

Pada penelitian ini data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang bersedia mengisi kuesioner yang telah disediakan, kemudian data primer yang diperoleh yakni ulasan konsumen dan grafik penggunaan ekspedisi.

2) Data Sekunder

Data sekunder sebagai data pelengkap yang berfungsi sebagai melengkapi data primer. Pada penelitian ini data diperoleh dari berbagai sumber seperti *e-book*, jurnal dan di dapat dari pencarian pada internet dan juga data pengguna jasa ekspedisi.

Populasi penelitian ini bertujuan agar peneliti dapat menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi. Menurut Ferdinand (2019:116) dalam melakukan penelitian tidak harus meneliti seluruh anggota populasi yang menjadi objek penelitian karena dalam kasus tidak mungkin peneliti dapat meneliti seluruh anggota populasi. maka dari itu dalam pengambilan sampel dari sebagian populasi harus benar-benar mewakili populasi dari konsumen perusahaan ekspedisi JNE. Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti merupakan konsumen dari perusahaan seluruh cabang JNE yang berpusat di cabang utama Brigjen Katamso. Pada sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus lemeshow maka jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 sampel.

Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan *korelasi product moment*, yaitu dapat mengkorelasikan skor masing-masing item dengan total skor, sedangkan total skor sendiri didapat dari hasil skor yang diperoleh dari penjumlahan skor item dari instrumen tersebut.

Untuk dapat mengetahui skor masing-masing item pernyataan valid atau tidak dapat ditetapkan dengan ketentuan sebagai berikut.

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item instrumen tersebut dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

2) Uji Reabilitas

Reliabilitas atau juga *reliability* menurut Agung dan Zahra (2019:97) Uji reliabilitas penelitian merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui kehandalan (tingkat kepercayaan) suatu item pernyataan dalam mengukur instrumen variabel yang sedang diteliti, suatu instrumen penelitian dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika hasil dari pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang relatif tetap (konsisten). Uji reliabilitas ini dilakukan untuk dapat mengetahui tingkat kestabilan suatu alat ukur dengan cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha $> 0,6$ maka koefisien tersebut reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Perusahaan Ekspedisi PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)

JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengiriman dan logistik yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Nama resminya adalah Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Tiki JNE). PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir didirikan pada tanggal 26 November 1990 oleh H. Soeprapto Suparno. Perusahaan ini dirintis sebagai sebuah divisi dari PT. Citra Van Titipan Kilat (Tiki) untuk mengurus jaringan kurir internasional. Bermula dengan delapan orang dan kapital 100 juta rupiah, JNE memulai kegiatan usahanya yang terpusat pada penanganan kegiatan kepabeanan, impor kiriman barang, dokumen serta pengantarnya dari luar negeri ke Indonesia.

Pada tahun 1991, JNE memperluas jaringan internasional dengan bergabung sebagai anggota asosiasi perusahaanperusahaan kurir beberapa negara asia (ACCA) yang bermarkas di Hongkong yang kemudian memberi kesempatan kepada JNE mengembangkan wilayah antaran sampai ke seluruh dunia. Karena persaingannya dipasar domestik, JNE juga memusatkan memperluas jaringan domestik. Dengan jaringan domestiknya Tiki dan namanya, JNE mendapat keuntungan persaingan dalam pasar domestik. JNE juga memperluas pelayanannya dengan logistik dan distribusi. Selama bertahun-tahun Tiki dan JNE berkembang dan menjadi dua perusahaan yang punya arah masing-masing. Karena ini kedua perusahaan tersebut menjadi saingan.

B. Karakteristik Responden

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin				Cumulative
	Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Laki-Laki	64	64.0	64.0	64.0
Perempuan	36	36.0	36.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan hasil uji berdasarkan dapat disimpulkan bahwa responden yang di dominasi adalah yang berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah responden 64 responden (64%) hal ini dapat disimpulkan karena rata-rata responden laki-laki menggunakan jasa

pengiriman karena berkaitan dengan kegiatan pekerjaan atau bahkan melakukan pengiriman ke orang tua mereka masing-masing.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi Responden

Tabel 2. Berdasarkan Profesi Responden

Profesi Responden				
	Frequency Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
Karyawan Swasta	36	36.0	36.0	36.0
Wiraswasta	17	17.0	17.0	53.0
Mahasiswa	14	14.0	14.0	67.0
Lain-Lain	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan tabel karakteristik profesi responden yaitu di dominasi oleh responden yang berprofesi sebagai karyawan swasta sebanyak 36 responden (36%). Hal ini dikarenakan mayoritas pengguna dari perusahaan ekspedisi JNE adalah para pekerja di perusahaan atau bahkan pekerja paruh waktu.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden'

Tabel 3. Berdasarkan Usia Responden

Usia Responden				
	Frequency Percent		Valid Percent	Cumulative Percent
15-25 Tahun	14	14.0	14.0	14.0
26-35 Tahun	69	69.0	69.0	83.0
36-45 Tahun	13	13.0	13.0	96.0
46-60 Tahun	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan tabel karakteristik usia responden, yaitu di dominasi oleh usia responden 26-35 tahun sebanyak 69 responden (69%). Hal ini dikarenakan responden dengan rata-rata umur 26-35 tahun adalah responden yang gemar melakukan pengiriman baik untuk orang tua serta para saudara.

4) Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan Responden

Tabel 4. Berdasarkan Kecamatan Responden

Usia Responden				
-----------------------	--	--	--	--

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Marelan	24	24.0	24.0	24.0
Amplas	20	20.0	20.0	44.0
Medan Barat	6	6.0	6.0	50.0
Medan Belawan	11	11.0	11.0	61.0
Medan Helvet	20	20.0	20.0	81.0
Medan Johor	7	7.0	7.0	88.0
Perjuangan	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan tabel karakteristik diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang berasal dari kecamatan marelan sebanyak 24 responden (24%), lalu disusul dengan responden yang berasal dari kecamatan medan amplas dan medan helvet sama sama berjumlah sebanyak 20 responden (20%) lalu kemudian responden yang berasal dari perjuangan berjumlah sebanyak 12 responden (12%). Kemudian responden yang berasal dari johor berjumlah sebanyak 7 responden (7%) lalu responden yang berasal dari medan barat berjumlah sebanyak 6 responden (6%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak berasal dari kecamatan medan marelan dikarenakan masyarakat di kecamatan sangat banyak dan kecamatan marelan adalah daerah yang nilai transaksinya lebih banyak dibandingkan dengan kecamatan lain.

5) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 5. Berdasarkan Pendapatan Responden

Pendapatan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1.500.000-2.000.000	54	54.0	54.0	54.0
3.000.000 - 4.000.000	41	41.0	41.0	95.0
4.000.000 - 5.000.000	3	3.0	3.0	98.0
6.000.000	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan tabel karateristik pendapatan responden diatas maka dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan memiliki penghasilan adalah sebesar 1.500.000-2.000.000 hal ini dikarenakan upah rata-rata kota medan adalah lebih dari 2 juta

sehingga konsumen yang menjadi pengguna JNE rata-rata memiliki penghasilan lebih dari juta.

C. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov		
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.00885999
Most Extreme Differences	Absolute	.041
	Positive	.028
	Negative	-.041
Test Statistic		.041
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan tabel output SPSS diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi atau pernyataan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

2) Uji Multikolineritas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolineritas					
Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	
(Constant)	2.235	1.440			
Tarif	.111	.108	.096	.512	1.952
Kepercayaan	.296	.083	.327	.533	1.877
Fasilitas Tracking System	.573	.183	.549	.147	6.803
Ketepatan Waktu Pengiriman	-.220	.234	-.138	.208	4.805

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Dari tabel uji multikolinearitas diatas dapat dijelaskan bahwa :

1. Melalui ketentuan nilai *tolerance* > 0,10 yaitu untuk variabel tarif dengan nilai 0,512, variabel kepercayaan dengan nilai 0,533, variabel fasilitas *tracking system* dengan nilai 0,147, dan variabel ketepatan waktu pengiriman dengan nilai 0,208. Maka hal ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.
 2. Melalui ketentuan nilai VIF < 10 untuk variabel penelitian tarif yaitu sebesar 1,952, untuk variabel kepercayaan dengan nilai VIF sebesar 1,877, untuk variabel fasilitas *tracking system* dengan nilai VIF sebesar 6,083 dan variabel ketepatan waktu pengiriman dengan nilai VIF sebesar 4,085 hal ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi sehingga data dikatakan baik dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.
- 3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
(Constant)	.779	.846		.920	.360
Tarif	-.016	.064	-.036	-.256	.798
Kepercayaan	-.025	.049	-.071	-.515	.608
Fasilitas Tracking System	-.017	.107	-.041	-.155	.877
Ketepatan Waktu Pengiriman	.161	.138	.257	1.168	.246

a. Dependent Variable: Abs

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan hasil output tabel uji glejser diatas dapat dilihat bahwa nilai sig. pada variabel tarif yaitu 0,798, kemudian pada variabel kepercayaan yaitu dengan nilai 0,608, lalu pada pengujian variabel fasilitas *tracking system* dapat dilihat nilai sig. 0,877. Dan pada variabel ketepatan waktu pengiriman dengan nilai sig. 0,246. Kesimpulannya adalah item pernyataan disetiap variabel tidak terjadi heteroskedastisitas dengan melihat uji *glejser* memenuhi ketentuan > dari 0,05 maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

D. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a						
Model	Standardized Coefficients			Correlations		
	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part
(Constant)		1.552	.124			
Tarif	.096	1.024	.308	.571	.105	.069
Kepercayaan	.327	3.562	.001	.656	.343	.239
Fasilitas Tracking System	.549	3.139	.002	.683	.307	.211
Ketepatan Waktu Pengiriman	-.138	-.940	.350	.524	-.096	-.063
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan nilai-nilai regresi untuk variabel bebas disimpulkan bahwa variabel yang paling cenderung berpengaruh terhadap kepuasan pengguna adalah nilai variabel fasilitas *tracking system* sebesar 0,573.

E. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Tabel 10. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a						
Model	Standardized Coefficients			Correlations		
	Beta	T	Sig.	Zero-order	Partial	Part
(Constant)		1.552	.124			
Tarif	.096	1.024	.308	.571	.105	.069
Kepercayaan	.327	3.562	.001	.656	.343	.239
Fasilitas Tracking System	.549	3.139	.002	.683	.307	.211
Ketepatan Waktu Pengiriman	-.138	-.940	.350	.524	-.096	-.063
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

1. Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 0,05 yaitu diketahui (n-k) yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variabel = $100-5= 95$. Nilai t_{tabel} untuk n= 95 adalah 1,985. Dapat dilihat bahwa nilai

thitung $1,024 < 1,985$ maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H1 ditolak yang berarti secara parsial tarif tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.

2. Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 0,05 yaitu diketahui $(n-k)$ yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variabel $= 100-5= 95$. Nilai t_{tabel} untuk $n= 95$ adalah 1,985. Dapat dilihat bahwa nilai $t_{hitung} 3,562 > 1,985$ maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H2 diterima yang berarti secara parsial kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada JNE.
3. Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 0,05 yaitu diketahui $(n-k)$ yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variabel $= 100-5= 95$. Nilai t_{tabel} untuk $n= 95$ adalah 1,985. Dapat dilihat bahwa nilai $t_{hitung} 3,139 > 1,985$ maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H3 diterima yang berarti secara parsial fasilitas *tracking system* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.
4. Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 0,05 yaitu diketahui $(n-k)$ yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable $= 100-5= 95$. Nilai t_{tabel} untuk $n= 95$ adalah 1,985. Dapat dilihat bahwa nilai $t_{hitung} -0,940 > 1,985$ maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H4 ditolak yang berarti secara parsial ketepatan waktu pengiriman tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.

Sedangkan dalam melihat kontribusi pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan perhitungan menggunakan rumus Beta X Zero Order. Beta adalah koefisien yang distandarkan, sedangkan zero order adalah korelasi parsial dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah perhitungan dalam memperoleh pengaruh ataupun nilai kontribusi parsial dari setiap variabel sebagai berikut.

1. Tarif $= 0,096 \times 0,571 = 0,054815 = 5,5\%$

2. Kepercayaan = $0,327 \times 0,656 = 0,214512 = 21,5\%$
3. Fasilitas tracking system = $0,549 \times 0,683 = 0,374967 = 37,5\%$
4. Ketepatan waktu pengiriman = $-0,138 \times 0,524 = -0,072312 = -7,3\%$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa kontribusi terbesar terdiri dari variabel fasilitas *tracking system* (X3) sebesar 37,5%. Dalam penelitian ini variabel fasilitas *tracking system* sangat besar kontribusinya terhadap kepuasan pelanggan JNE maka nilai keseluruhan variabel sebesar 57,2%.

2) Uji Simultan (Uji f)

Tabel 11. Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	534.674	4	133.668	31.785	.000 ^b
Residual	399.516	95	4.205		
Total	934.190	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu Pengiriman, Tarif, Kepercayaan, Fasilitas Tracking System

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai fhitung =31,785 sedangkan nilai ftabel pada $\alpha = 0,05$ dengan n = 95 diperoleh nilai ftabel 2,47 dari hasil ini diketahui fhitung > ftabel yaitu $31,785 > 2,47$. Maka, dapat disimpulkan bahwariabel tarif (X₁), kepercayaan (X₂) fasilitas *tracking system* (X₃) dan ketepatan waktu pengiriman (X₄) secara bersama- sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.

F. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757 ^a	.572	.554	2.051

a. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu Pengiriman, Tarif, Kepercayaan, Fasilitas Tracking System

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diatas dengan ketentuan nilai *R square* yang dimana nilai *Rsquare* sebesar 0,572 atau sebesar 57,2%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor tersebut dapat dipengaruhi oleh variabel tarif, kepercayaan, fasilitas *tracking system* dan ketepatan waktu pengiriman sedangkan sisanya sebesar 42,8% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor yang tidak di teliti di dalam penelitian ini. Dalam hal ini penggunaa nilai *Rsquare* digunakan agar melihat seberapa besar pengaruh variabel independen dengan variabel dependen dengan model statistik, karena Semakin tinggi nilai R^2 , berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

KESIMPULAN

Hasil uji parsial pada variabel tarif diketahui bahwa pada tarif dikatakan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir. Walaupun dikatakan tarif layanan JNE mahal namun masih banyak konsumen yang memakai jasa layanan JNE karena dengan memakai jasa layanan JNE konsumen menganggap bahwa ekspedisi ini bisa mengirimkan barang mereka walaupun sampai dengan waktu yang lama, hasil uji parsial pada variabel kepercayaan diketahui bahwa pada kepercayaan dikatakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir. Hal ini dikarenakan kepercayaan konsumen terhadap layanan JNE masih kurang dikarenakan kejelasan kapan barang akan sampai tidak bisa di jamin oleh pihak perusahaan sehingga konsumen selalu menyampaikan keluhan terhadap pihak perusahaan sehingga akibat hal ini kepercayaan yang dibangun oleh setiap perusahaan sangatlah penting, hasil uji parsial pada variabel fasilitas tracking system diketahui bahwa pada fasilitas tracking system dikatakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir. Sehingga kalau fasilitas tracking tidak berfungsi maka akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen, karena jika sering terjadinya error dan fasilitas tracking tidak bisa digunakan maka konsumen akan memberikan penilaian yang negatif terhadap perusahaan, hasil uji parsial pada variabel ketepatan waktu pengiriman diketahui bahwa pada ketepatan waktu pengiriman dikatakan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir. Konsumen selalu mengalami keterlambatan dalam pengiriman yang dilakukan oleh layanan JNE namun di samping itu masih banyak ditemukan konsumen yang memakai

layanan JNE untuk mengirimkan barang mereka dan hasil uji simultan diketahui bahwa tarif (X1), kepercayaan (X2), fasilitas *tracking system* (X3) dan ketepatan waktu pengiriman (X4) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir. Tingkat kepuasan konsumen yang memakai layanan JNE masih menurun sehingga konsumen akan memberikan penilaian negatif terhadap perusahaan, maka dari itu kepuasan pengguna JNE sangatlah saling berkaitan dengan penilaian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, Rafani, Y., & Hariyani. (2021). *"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 (JIMB), 17(2), 49–61.
- Andari, C. L. S. (2021). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung". [Universitas Sanata Dharma]. <https://doi.org/DIK: 132214086>.
- Aisyah, A. *Pengaruh Harga, Service Delivery, Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Pengguna Jasa Pengiriman Barang JNE Cabang Lamongan)*. Diss. Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan, 2021.
- Arikunto, S. (2021). "Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik". Jakarta: Rineka Cipta.
- Austin Alexander. P-ISSN 2549-4104 E-ISSN 2685-4287. Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama.
- A. Prabowo Dkk (2023). Determinan Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Mondelez Internasional Medan. Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia. Issn Online: 2685-984x.
- Badroastuti. (2021). "Pengaruh Faktor Budaya, sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang). Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis, 7(11), 1–21.
- Djaslim Saladin (2019). Pengertian Kepuasan Pelanggan. ALFABETA, CV.

- Fatihudin, Didin, Firmansyah, & Anang. (2019). "Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)". Deepublish: Yogyakarta.
- Firmansyah, & Anang, M. (2018). "Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)". Deepublish: Yogyakarta.
- Ghozali. (2019). "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23". (Edisi 28). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, Ripka Seriidahnaita. "Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang Di Jne (Studi Kasus Pada PT. JNE Katamso Medan)." *Jurnal Ilmiah Kohesi* 6.1 (2022): 88-100.
- Hartanto, & E. (2019). "Metodologi Penelitian Perbedaan Skala Likert Lima Skala Dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala". Academia.
- Hidayah, N. (2018). "Analisis Kepuasan Konsumen Jasa Pengiriman Barang J&T Express Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga" [Universitas [https://doi.org/DIK: 14.1.02.02.0104](https://doi.org/DIK:14.1.02.02.0104)].
- Kasmir, (2019). Defenisi Kualitas Pelayanan. Teori dan Praktik. Rajawali Pers.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2019). "Manajemen Pemasaran". (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Nirmala S, (2024). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, dan Word of Mouth Terhadap Minat Menggunakan JNE Sebagai Jasa Pengiriman. p-ISSN 2622-4291e-ISSN 2622-4305.