

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU  
PENGIRIMAN DAN FASILITAS *TRACKING* SISTEM  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE  
*EXPRESS* CABANG KRAKATAU MEDAN**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**IMMANUEL YUSUF  
208320252**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 5/12/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)5/12/24

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU  
PENGIRIMAN DAN FASILITAS *TRACKING* SISTEM  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE  
*EXPRESS* CABANG KRAKATAU MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Medan Area



**OLEH  
IMMANUEL YUSUF**

**208320252**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTASEKONOMIDANBISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

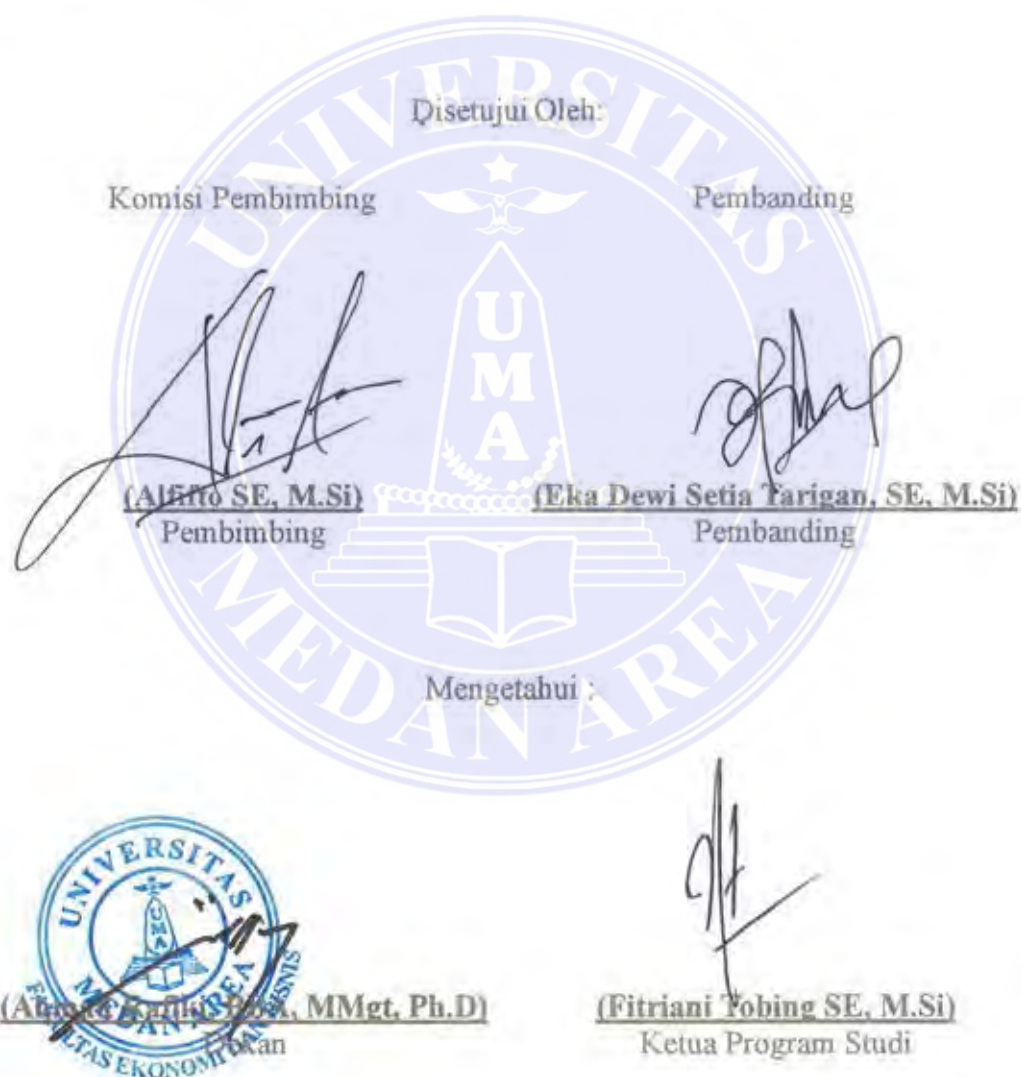
Document Accepted 5/12/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)5/12/24

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Fasilitas *Tracking* Sistem terhadap Kepuasan Pelanggan *JNE Express* Cabang Krakatau Medan.  
Nama : Immanuel Yusuf  
Npm : 208320252  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



Tanggal Lulus: 26 September 2024

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 26 September 2024



Immanuel Yusuf  
(208320252)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN**  
**PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya bertanda tangan dibawah ini

Nama : Immanuel Yusuf

Npm : 208320252

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royal-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Fasilitas *Tracking* Sistem terhadap Kepuasan Pelanggan JNE *Express* Cabang Krakatau Medan. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan  
Pada Tanggal : 26 September 2024  
Yang menyatakan



Immanuel Yusuf  
(208320252)

## RIWAYAT HIDUP



Nama	Immanuel Yusuf
NPM	208320252
Tempat, Tanggal Lahir	Pekanbaru, 05 Desember 2001
Nama Orang Tua :	
Ayah	Samuel Hutabarat
Ibu	Nurhaida Sihite
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Negeri 37 Medan
SMA	SMA Swasta Methodist 8 Medan
Riwayat Studi di UMA	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Pernah mengikuti program Magang Mitra Prodi di PT. JNE Medan Selama 1 Semester.</li><li>2. Pernah menjadi Ketua Umum Organisasi Himpunan Mahasiswa Kristen (HMK) Selama ±1 tahun.</li></ol>
No. HP/WA	0895-3844-97802
Email	yusufimmanuel36@gmail.com

## **ABSTRACT**

*This research aims to examine the influence of service quality, timeliness of delivery, and system tracking facilities on customer satisfaction in using the JNE Express Krakatau Branch delivery service in the city of Medan. This research uses descriptive research with a quantitative approach, which is measured using a multiple linear regression-based method with the SPSS 26 program. Data is collected through distributing questionnaires. The population of this research is all JNE Krakatau Branch customers in Medan City with samples using the purposive sampling method. Data analysis techniques are carried out using instrument tests, classical assumption tests, statistical tests, and hypothesis tests. Based on the research results, it shows that (1) service quality has a positive and significant impact on customer satisfaction at JNE Krakatau Medan Branch, (2) delivery timeliness has a positive and significant impact on customer satisfaction at JNE Krakatau Medan Branch, (3) The system tracking facility on customer satisfaction has no effect and is not significant on customer satisfaction of JNE Krakatau Medan Branch.*

**Keywords:** *Service Quality, Delivery Timeliness, System Tracking Facilities, Delivery Services, Customer Satisfaction*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas *tracking* sistem terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa kirim JNE *Express* Cabang Krakatau di kota Medan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yang diukur menggunakan metode berbasis regresi linear berganda dengan program SPSS 26. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan JNE Cabang Krakatau di Kota Medan dengan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang dilakukan dengan menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji statistik, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan, (2) ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan, (3) fasilitas *tracking* sistem terhadap kepuasan pelanggan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan.

**Kata Kunci: Kualitas Pelanggan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Fasilitas Tracking Sistem, Jasa Kirim, Kepuasan Pelanggan**



## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, anugerah dan penyertaan-Nya yang tidak ada batasan dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir "Skripsi" dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Fasilitas *Tracking* Sistem terhadap Kepuasan Pelanggan JNE *Express* Cabang Krakatau Medan"**.

Tidak terasa waktu telah berlalu dan saat itu juga banyak hambatan dan kesulitan yang dihadapi penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini, namun dikarenakan kerja keras dan dukungan dari beberapa pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Biarlah Tuhan Yang Maha Esa membalaskan kebaikan yang telah diberikan oleh berbagai pihak. Untuk itu dengan penuh kerendahan hati dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Fitriani Tobing, SE, M.Si selaku Ketua Prodi Program Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Bapak Alfifto SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi arahan, masukan, motivasi dan dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini.

5. Ibu Eka Dewi Setia Tarigan, SE, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah memberi arahan, saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
6. Ibu Nindya Yunita, S,Pd, M.Si selaku Dosen Sekretaris yang telah meluangkan waktu serta memberikan saran dalam skripsi ini.
7. Para dosen dan seluruh staff akademika FEB UMA yang telah banyak memberikan pengetahuan dan membantu penulis selama masa perkuliahan.
8. Kepada kedua orangtua yang tersayang, Bapak Samuel Hutabarat dan Ibu Nurhaida Sihite yang selalu memberikan semangat, motivasi, materi, doa, kasih sayang serta kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan studi ini.
9. Abang saya Joshua Julyus dan adik saya Matthew Rivandy yang selalu memberikan semangat dan doa kepada saya.
10. Seluruh pihak dari PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) yang telah mengizinkan dan membantu mengumpulkan data penelitian serta para responden yang telah memberikan waktu dan informasi yang dibutuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Seluruh teman sepelayanan saya di gereja maupun juga teman bahkan anggota didalam organisasi HMK, saya mengucapkan syukur dan berterima kasih buat dukungan semangat serta doa sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada partner saya Eka Risliza yang telah membantu, mendukung, memberikan saran serta doa selama penulisan skripsi ini.
13. Ucapan terima kasih buat teman-teman Jurusan Manajemen Angkatan 2020 yang tidak dapat saya tuliskan satu-persatu yang telah membantu penulis, baik selama perkuliahan maupun dalam penulisan skripsi ini.

14. *And last but not least, I want to thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for not having a day off, for never stopping, for always being an encourager and trying to give more than I receive, for trying doing more right than wrong, for just being me all the time.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih

Medan, 26 September 2024



Immanuel Yusuf

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BABI. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
 <b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	 <b>11</b>
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Definisi Pemasaran Jasa.....	11
2.1.2 Karakteristik Jasa.....	12
2.1.3 Manajemen Logistik .....	12
2.2 Kepuasan Pelanggan .....	14
2.2.1 Definisi Kepuasan Pelanggan .....	14
2.2.2 Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	15
2.2.3 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	16
2.3 Kualitas Pelayanan.....	17
2.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan .....	17
2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan .....	18
2.4 Ketepatan Waktu Pengiriman .....	19
2.4.1 Definisi Ketepatan Waktu Pengiriman .....	19
2.4.2 Indikator Ketepatan Waktu Pengiriman .....	20
2.5 Fasilitas <i>Tracking</i> Sistem.....	20
2.5.1 Definisi Fasilitas <i>Tracking</i> Sistem.....	20
2.5.2 Indikator Fasilitas <i>Tracking</i> Sistem .....	21
2.6 Peneliti Terdahulu .....	22
2.7 Kerangka Konseptual.....	25
2.8 Hipotesis Penelitian .....	26

<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Lokasi Penelitian.....	27
3.3 Waktu Penelitian .....	28
3.4 Definisi Operasional Tabel .....	28
3.5 Populasi dan Sampel .....	30
3.5.1 Populasi .....	30
3.5.2 Sampel.....	30
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.8 Teknik Analisis Data .....	33
3.8.1 Uji Validitas dan Realibilitas .....	34
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.8.3 Uji Statistik.....	36
3.8.4 Uji Hipotesis .....	37
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	38
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	38
4.1.2 Visi dan Misi.....	40
4.1.3 Jenis-jenis Layanan .....	40
4.1.4 Struktur Organisasi.....	41
4.2 Karakter Responden .....	42
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	43
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	44
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	44
4.3.1 Frekuensi jawaban responden pada pernyataan variable kualitas pelayanan (X1) .....	45
4.3.2 Frekuensi jawaban responden pada pernyataan variable ketepatan waktu pengiriman (X2).....	48
4.3.3 Frekuensi jawaban responden pada pernyataan variable fasilitas <i>tracking</i> sistem (X3) .....	52
4.3.4 Frekuensi jawaban responden pada pernyataan variable kepuasan pelanggan (Y) .....	55
4.4 Uji Validitas dan Realibilitas .....	58
4.4.1 Uji Validitas .....	58
4.4.2 Uji Realibilitas.....	59
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	59
4.5.1 Uji Normalitas .....	59
4.5.2 Uji Multikolinieritas .....	63

4.5.3	Uji Heteroskedastisitas .....	64
4.5.4	Uji Regresi Linear Berganda .....	65
4.6	Uji Hipotesis .....	67
4.6.1	Uji Parsial t .....	67
4.6.2	Uji Simultan F .....	69
4.6.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian .....	71
4.7.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan.....	71
4.7.2	Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan.....	72
4.7.3	Pengaruh Fasilitas <i>Tracking</i> Sistem terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan.....	74
4.7.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Fasilitas <i>Tracking</i> Sistem terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan.....	75
<b>BAB V.</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran.....	78
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>39</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>41</b>

## DAFTAR TABEL

1.1	Daftar Jasa Top Brand Index Kategori Layanan Jasa Kurir di Indonesia Pada Tahun 2021-2023 .....	2
1.2	Tabel Data Pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan .....	5
1.3	Tabel Data Pra-Survey Penelitian .....	6
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu .....	22
3.1	Tabel Rincian Estimasi Waktu Penelitian.....	29
3.2	Tabel Definisi Operasional Tabel.....	29
3.3	Tabel Data Pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan .....	30
3.4	Tabel Bobot Nilai Angket .....	33
3.5	Tabel Uji Validitas 30 Responden .....	34
3.6	Tabel Uji Realibilitas .....	35
4.1	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.2	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.3	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
4.4	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1) .....	45
4.5	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) .....	48
4.6	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel Fasilitas <i>Tracking</i> Sistem .....	52
4.7	Tabel Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan .....	55
4.8	Tabel Hasil Uji Normalitas Kolmogrow-Smirnov.....	60
4.9	Tabel Hasil Uji Multikolinieritas.....	63
4.10	Tabel Uji Regresi Linear Berganda .....	66
4.11	Tabel Uji Parsial t.....	67
4.12	Tabel Uji Simultan (Uji F).....	69
4.13	Tabel Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Kerangka Konseptual .....	25
4.1 Gambar JNE Cabang Krakatau Medan.....	38
4.2 Gambar Pelanggan dengan mengirimkan salah satu paket.....	39
4.3 Gambar Tempat Staff menerima paket .....	39
4.4 Gambar Struktur Organisasi JNE .....	42
4.5 Gambar Grafik Histogram .....	61
4.6 Gambar <i>Normality Probability Plot</i> .....	62
4.7 Gambar <i>Scatter Plot</i> Uji Heteroskedastisitas .....	65





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	84
Lampiran 2 Data Sampel 30 Responden Uji Instrumen .....	88
Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen .....	90
Lampiran 4 Data Sampel Penelitian 100 Responden .....	91
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	96
Lampiran 6 Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda.....	98
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis .....	98
Lampiran 8 Hasil Uji Determinasi R <sup>2</sup> .....	99
Lampiran 9 Surat Izin Penelitian .....	100
Lampiran 10 Surat Balasan Penelitian.....	101



## **BABI**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan laju pertumbuhan penduduk yang semakin bertambah pesat, mendorong semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi. Hal ini menimbulkan adanya persaingan antar perusahaan yang semakin tajam terutama dalam usaha mereka memasarkan produk-produknya baik berupa barang maupun jasa kepada konsumen. Pada dasarnya *digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan akses internet dan memanfaatkan media berupa *website, social media, e-mail, database, mobile/wireless* dan tv digital guna meningkatkan target konsumen serta dapat mengetahui profil, perilaku, nilai produk, dan loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran (Hamdani & Swastika, 2021).

Dalam memanfaatkan kemajuan teknologi guna menunjang keunggulan, suatu perusahaan harus mengedepankan kebijakan baru yang terfokus pada metode pemasaran *online* dengan perantara *e-commerce*. *E-commerce* merupakan suatu kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service providers* dan pedagang dengan menggunakan jaringan internet (Barkatullah, 2019). Penerapan metode pemasaran online melalui *e-commerce* tidak hanya memungkinkan perusahaan untuk mencapai pasar yang lebih luas, tetapi juga memberikan sejumlah manfaat yang dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional. Sehingga hal ini menimbulkan kegemaran untuk selalu berbelanja online.

Menurut (Sakti dan Mahfudz, 2018), kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan. Tidak hanya berbicara tentang pelayanan, perusahaan logistik juga harus memperhatikan ketepatan waktu pengiriman barang yang dilakukan, waktu pengiriman adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga hingga dapat tiba di tangan konsumen itu sendiri (Aminah et al., 2017). Di Indonesia saat ini memiliki banyak perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang, baik BUMN maupun swasta dan ada juga yang berskala internasional. Dengan adanya keberagaman tersebut, pelanggan bisa bebas memilih jasa pengiriman barang yang dianggap memiliki kualitas pelayanan yang baik dan dapat dipercaya.

**Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Layanan Jasa Kurir di Indonesia pada Tahun 2021-2023**

MEREK	2021		2022		2023	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
J&T	33,4%	TOP	23,1%	TOP	33,3%	TOP
JNE	28,0%	TOP	39,3%	TOP	29,1%	TOP
TIKI	11.2%	TOP	11,1%	TOP	10,6%	TOP
POS INDONESIA	8,5%	-	8,5%	-	7,3%	-
DHL	6,0%	-	6,9%	-	7,2%	-

Sumber: Top Brand Index Layanan Jasa

*Top Brand Index* (TBI) adalah suatu penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik berdasarkan riset terhadap konsumen di Indonesia. *Top Brand Index* ini merupakan parameter untuk mengukur kesuksesan sebuah merek dipasaran. Merek yang memperoleh TBI harus mencapai minimal 10% dan menurut hasil survei merek yang berada di tiga teratas akan menyandang predikat merek *Top Brand Award* (TOP). Tabel 1.1 menunjukkan terdapat 3 perusahaan yang menjadi *Top Brand* dalam kategori layanan jasa kurir dari tahun 2021-2023 yaitu J&T, JNE dan TIKI. Pada

tahun 2022 JNE mejadi peringkat teratas, namun tahun 2021 & 2023 J&T yang paling unggul dari pada pesaing lainnya.

Terdapat beberapa alasan yang mendasari pemilihan keputusan untuk menggunakan jasa pengiriman barang yang tersedia. Seperti pada penelitian sebelumnya, dari keseluruhan responden yang diteliti, 59,4% menyatakan bahwa pengiriman yang cepat menjadi faktor utama memilih jasa kirim. Sistem pelacakan atau *e-tracking* menjadi alasan kedua yang dipilih sebanyak 43,3% dan alasan ketiga yaitu agen yang dekat dengan lokasi tempat tinggal sebanyak 36,8%. Biayamurah menjadi alasan keempat sebanyak 34,9%, sementara sisanya 19,8% menyatakan subsidi ongkir berpengaruh dalam pemilihan jasa kirim (Dewantoro *etal*, 2020).

Semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis, perusahaan di dorong untuk mempertimbangkan atau merumuskan strategi yang tepat dalam memenangkan persaingan. Strategi yang dibutuhkan perusahaan logistik untuk menopang peluang dari maraknya bisnis online di Indonesia saat ini adalah dengan memfokuskan pada sistem kualitas pelayanan atas logistik (*Logistics ServiceQuality*). Salah satunya yaitu harus memperhatikan sistem informasi manajemen pada layanan jasanya guna memudahkan para pelanggan mengakses informasi yang dibutuhkan kapanpun dan dimanapun, portal akses yang tersedia selama 24 jam akan lebih fleksibel. Layanan elektronik merupakan pelayanan yang diberikan secara lebih luas menggunakan media internet yang menghubungkan antara penjual dan pembeli dalam proses kegiatan berbelanja *online* secara efektif dan efisien (Chesanti & Setyorini, 2018). Inovasi ini dilakukan oleh kebanyakan perusahaan logistik dengan menghadirkan layanan pelacakan barang secara *online* (*web trace and tracking*). Fasilitas pelacakan

*online* memberikan kemudahan bagi para pelanggan mengontrol proses barang yang dipesan dan barang tersebut dapat dilacak secara *real-time* (Mawarni & Adi, 2020). Pelanggan dapat mengakses situs resmi *developer* dengan mengisi nomor resi pengiriman lalu informasi tentang pelacakan barang tersebut akan tertera. Layanan ini disediakan oleh perusahaan logistik untuk mengurangi rasa khawatir pelanggan akibat ketidakpastian waktu pengiriman barang sesuai dengan estimasi yang telah diberikan.

Tidak hanya berbicara tentang pelayanan yang diterapkan, perusahaan logistik juga harus memperhatikan ketepatan waktu pengiriman barang, waktu pengiriman yaitu jangka waktu saat pelanggan melakukan pemesanan barang sampai barang tersebut diterima oleh pelanggan itu sendiri (Dewantoro *et al*, 2020). Hal tersebut merupakan poin penting, sebab perusahaan yang memberikan ketepatan waktu pengiriman menjadikan kepuasan pelanggan semakin meningkat saat menggunakan layanan jasa tersebut. Menurut (Sari *et al*, 2020) terdapat beberapa masalah yang sering terjadi saat proses pengiriman barang, diantaranya keterlambatan nomor resi pengiriman, kesulitan melacak nomor resi karena tidak akurat, kesalahan pengiriman, status pengiriman *reschedule*, kelamaan tidak diantar oleh kurir dan paket yang diterima diluar jangka waktu estimasi. Untuk hal-hal seperti ini diperlukan tindak lanjut dari pihak manajemen agar meminimalisir masalah terulang kembali, karena perusahaan logistik bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang yang harus mengedepankan kepercayaan.

Apabila rasa kepercayaan pelanggan melemah, besar kemungkinan mereka akan beralih ke jasa logistik lainnya. PT. Tiki Jalur Nugraha Eka Kurir atau yang biasa dikenal dengan JNE *Express* adalah salah satu perusahaan logistik yang cukup populer di Indonesia, hal ini ditunjukkan dengan penghargaan yang didapatkan, seperti *WOW Brand 2021 Category Courier Service* dan *The Best Brand* dari *Corporate Image Award 2021* kategori Kurir Indonesia (dikutip dari [www.jne.co.id/id/perusahaan/penghargaan](http://www.jne.co.id/id/perusahaan/penghargaan)).

Namun secara fakta, penyedia jasa pengiriman barang pada PT JNE di Cabang Krakatau Medan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan masih belum dapat dipenuhi dengan baik oleh penyedia jasa.

**Tabel 1.2 Data Tabel Pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan Tahun 2024**

Bulan	Jumlah Pelanggan
Juli	2550
Agustus	2477
September	2513
Oktober	2598
November	2515
Desember	2518
Januari	2289
Total	17.460

Sumber : Data Tabel Pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan Tahun 2024

Sebagai contoh, tabel 1.2 menunjukkan adanya penurunan jumlah pembeli dalam setiap bulannya dan pada beberapa masih ditemukan keluhan-keluhan yang diberikan konsumen atas kurangnya kepedulian karyawan penyedia jasa dalam menanggapi permintaan konsumen, keterlambatan penyedia jasa dalam menanggapi permintaan konsumen, keterlambatan penyampaian barang, kerusakan barang, sehingga dapat berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Sebagaimana berita yang pernah diterbitkan oleh (*Kompas.com*, 2020) mengatakan bahwa kebanyakan masyarakat mengeluhkan tentang layanan transaksi pengiriman JNE yang dinilai

cukup lambat, tidak sedikit dari mereka mengeluhkan barang-barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan jadwal pengiriman yang seharusnya. Menanggapi berita tersebut, peneliti melakukan pra-survei di lapangan mengenai pengaruh sistem pelacakan *online* dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan jasa kirim JNE *Express* di kota Medan.

**Tabel 1.3 Data Pra-Survei Penelitian**

No.	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
<b>Kualitas Pelayanan (X1)</b>			
1	Pelanggan lebih sering menanyakan ke agen JNE terdekat untuk mengetahui tentang informasi pengiriman barangnya.	5	5
2	Segala informasi pengiriman barang yang disajikan <i>website/aplikasi</i> JNE akurat dan lengkap.	6	4
<b>Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)</b>			
3	Paket dokumen dikirimkan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan	3	7
4	Kesesuaian harga menentukan ketepatan waktu pengiriman	5	5
4	Pihak JNE bertanggungjawab jika ada masalah dalam pengiriman	4	6
<b>Fasilitas <i>Tracking</i> Sistem (X3)</b>			
6	Pelanggan selalu menggunakan fasilitas <i>tracking</i> sistem JNE untuk melacak pengiriman barang.	5	5
7	Pengecekan nomor resi pengiriman dapat dilakukandengan mudah di situs fasilitas <i>tracking</i> sistem JNE.	7	3
8	Pelanggan merasa puas dengan adanya fasilitas <i>tracking</i> sistem JNE & ketepatan waktu yang telah diberikan	5	5

Sumber : Data Pra-survei 2024

Hasil yang didapatkan dari data pra-survei menunjukkan ternyata masih kurangnya pemahaman pelanggan tentang mengakses informasi pengiriman melalui fasilitas *tracking* sistem yang telah disediakan oleh pihak JNE, padahal guna fasilitas *tracking* sistem tersebut dapat memudahkan dalam melacak keberadaan barang dalam proses pengiriman. Beberapa di antaranya juga merasa informasi yang diberikan kurang akurat. Selain itu, keluhan pelanggan tentang keterlambatan

pengiriman yang sering terjadi memang benar adanya. Menurut (Rahmadani et al., 2019) dapat membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai efek secara langsung terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut terjadi karena kendala-kendala pengiriman yang diketahui berasal dari unit *outbound* dan *inbound*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Haqi dan Rahmatika, 2020) menemukan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan jasa layanan Grab *Food* di Jombang, sedangkan menurut (Handoko, 2016) menemukan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen yang ada di Titipan Kilat JNE Medan. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh (Eviani dan Hidayat, 2021) menemukan bahwa sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen J&T *Express* Cabang Kota Baru Bekasi. Sedangkan hasil penelitian (Dewantoro et al., 2020) menemukan bahwa fasilitas *tracking* sistem berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE.

Bedasarkan fenomena dan adanya perbedaan hasil peneliti terdahulu maka perlu dilakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas *Tracking* Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE *Express* Cabang Krakatau Medan”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dalam mencapai kepuasan pelanggan dalam menggunakan suatu jasa pengiriman barang, pelanggan terpengaruh oleh kualitas pelayanan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa baik, maka pelanggan tidak akan lepas



dari jasa tersebut. Bagi perusahaan logistik yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang harus mengedepankan kepercayaan bagi pelanggannya, sehingga dapat memberikan kepuasan pelanggan. Pelanggan banyak merasa tidak puas dengan waktu pengiriman yang telah dijanjikan sebelumnya. Selain itu, pemahaman akan penggunaan fasilitas *tracking* sistem juga masih kurang dimengerti oleh pelanggan. Melihat masalah-masalah tersebut masih sering ditemukan, berarti kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan jasa tersebut masih berjalan kurang baik. Dalam penelitian ini akan berfokus terhadap sistem pelacakan online, ketepatan waktu pengiriman, serta kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang. Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini mengangkat isu di bidang pemasaran yang berkaitan dengan strategi perusahaan logistik dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya menggunakan jasa kirim JNE Express di Cabang Krakatau Medan.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang peneliti ini dibuat, maka dapat di indentifikasi masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE *Express* Cabang Krakatau Medan ?
2. Bagaimana pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan JNE *Express* Cabang Krakatau Medan ?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas *tracking* sistem terhadap kepuasan pelanggan JNE *Express* Cabang Krakatau Medan ?

4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, fasilitas *tracking* sistem terhadap kepuasan pelanggan JNE *Express* Cabang Krakatau Medan?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan JNE *Express* Cabang Krakatau Medan.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan JNE *Express* Cabang Krakatau Medan.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh fasilitas *tracking* sistem terhadap kepuasan pelanggan JNE *Express* Cabang Krakatau Medan.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas *tracking* sistem terhadap kepuasan pelanggan JNE *Express* Cabang Krakatau Medan.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

##### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas *tracking* sistem terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman JNE *Express* di Cabang Krakatau Medan serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan informasi tambahan untuk penelitian selanjutnya.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

#### 1. Bagi Peneliti

Dalam memaksimalkan pengetahuan dari penelitian tentang layanan jasa kirim, seberapa berpengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas *tracking* sistem bagi kepuasan pelanggan sehingga memutuskan untuk menggunakan jasa pengiriman JNE.

#### 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi pertimbangan PT. JNE *Express* dalam menyusun strategi layanan fasilitas *tracking* sistem yang dapat digunakan dengan baik dan memberikan informasi yang akurat serta menjalankan sistem kerjanya lebih baik lagi agar meminimalisir terjadinya keterlambatan pengiriman barang sehingga dapat mempertahankan persaingan dengan perusahaan kompetitornya.

#### 3. Bagi institusi

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi dan rujukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta memperluas sumber yang berguna untuk perpustakaan Universitas Medan Area.

#### 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil peneliti ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan atau pembandingan dalam melakukan penelitian selanjutnya serta guna memperluas variabel yang sudah ada dengan menambah wawasan baru untuk pembaca lain.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Pemasaran Jasa

Pemasaran Jasa adalah suatu pendekatan pemasaran yang difokuskan pada penawaran dan promosi layanan, dengan tujuan memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan dalam konteks aktivitas, manfaat, atau pengalaman yang bersifat tidak berwujud.

Menurut (Kelly, 2020) definisi pemasaran jasa dibedakan menjadi dua, baik secara sosial maupun manajerial. Secara sosial, pemasaran jasa adalah proses sosial individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menawarkan suatu layanan yang bernilai bagi pihak lain. Secara manajerial, pemasaran jasa adalah proses perencanaan, pelaksanaan, pemikiran, penetapan harga, promosi dan penyaluran gagasan tentang produk jasa untuk menciptakan pertukaran yang dibutuhkan individu maupun kelompok.

Pemasaran jasa merujuk pada strategi dan kegiatan pemasaran yang dikhususkan untuk layanan, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat disentuh. Dalam konteks pemasaran jasa, produk yang ditawarkan adalah suatu aktivitas atau manfaat yang dilakukan oleh satu pihak untuk pihak lain, yang biasanya melibatkan interaksi langsung antara penyedia jasa dan konsumen.

### 2.1.2 Karakteristik Jasa

Menurut (Kelly, 2020) Menjelaskan ada 4 karakteristik jasa, diantaranya sebagai berikut :

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa tidak dilihat, disentuh, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli.

Hal terpenting dari jasa yang tidak berwujud dapat dirasakan dalam bentuk kenikmatan, kepuasan atau rasa aman.

2. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Suatu jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu merupakan orang atau mesin, apakah sumber itu hadir atau tidak.

3. Berubah-ubah (*Variability*)

Jasa yang diberikan sering berubah-ubah tergantung pada siapa harus diberikan, kapan dan dimana pelayanan jasa dilakukan.

4. Mudah lenyap (*Perishability*)

Daya tahan suatu jasa tidak menjadi masalah jika permintaan selalu ada.

Jasa tidak dapat disimpan, jadi musnahnya suatu jasa bisa menjadi masalah ketika permintaan berfluktuasi.

### 2.1.3 Manajemen Logistik

Manajemen Logistik adalah suatu pendekatan sistematis yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian efisien aliran dan penyimpanan barang, layanan, dan informasi terkait dari titik asal hingga titik konsumen, dengan tujuan memenuhi kebutuhan pelanggan sambil mengoptimalkan biaya dan meningkatkan

efisiensi operasional. Menurut (Abbas, 2012) menyatakan terdapat fungsi-fungsi manajemen logistik, diantaranya:

1. Fungsi Perencanaan dan Penentuan Kebutuhan

Siklus manajemen logistik yang pertama adalah merencanakan dengan melakukan peramalan kebutuhan terhadap permintaan yang paling penting dalam setiap perusahaan. Seorang manajemen logistik harus menganalisa produk, menghitung skala prioritas dan ketersediaan suatu produk.

2. Fungsi Penganggaran

Seorang manajemen logistik harus bisa menyesuaikan kebutuhan perusahaan dengan pengadaan barang sesuai dengan anggaran yang dimiliki perusahaan. Penganggaran sangatlah penting agar barang yang diminta dari supply dapat berfungsi efektif.

3. Fungsi Pengadaan

Dalam proses penyusunan anggaran kadang terdapat beberapa barang yang tidak tercukupi. Jika hal ini terjadi tentu menjadi sulit dalam mengubah perencanaan, oleh karena itu improvisasi untuk mengelola aktivitas logistik sangat diperlukan, tentunya harus didasari dengan analisa hingga perhitungan yang matang.

4. Fungsi Penyimpanan dan Penyaluran

Fungsi ini merupakan pelaksanaan, penerimaan, penyimpanan dan penyaluran material kepada konsumen. Pekerjaan lainnya adalah dengan memperhitungkan tempat penyimpanan, melacak kehilangan sampai melihat kerugian dari kehilangan barang.

## 5. Fungsi Pemeliharaan

Fungsi pemeliharaan barang biasanya dilakukan rutin di setiap bagian gudang ataupun warehouse besar yang memiliki kapasitas barang yang besar juga. Fungsi ini tidak lepas dari proses pendataan.

## 6. Fungsi Penghapusan

Fungsi penghapusan merupakan usaha pembebasan material dari pertanggungjawaban yang berlaku, biasanya karena kerusakan yang tidak dapat diperbaiki lagi, dinyatakan sudah tua dari segi ekonomis dan teknis, kelebihan, hilang, susut dan karena hal-hal lain menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

## 7. Fungsi Pengendalian

Fungsi pengendalian merupakan inti dari pengelolaan perlengkapan yang meliputi usaha untuk memantau dan mengamankan seluruh pengelolaan logistik. Dalam fungsi ini terdapat kegiatan pengendalian inventarisasi (*inventory control*) dan expediting yang merupakan unsur utamanya.

## 2.2 Kepuasan Pelanggan

### 2.2.1 Definisi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan adalah kondisi afektif yang timbul ketika pelanggan merasa bahwa produk, layanan, atau pengalaman yang mereka terima memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka. Ini mencerminkan tingkat kegembiraan dan puas hati pelanggan, serta dapat mempengaruhi kesetiaan dan retensi pelanggan. Kepuasan sendiri berarti terpenuhinya harapan dan kinerja yang dirasakan oleh satu

hal. Menurut (Yulianto, 2018) mendeskripsikan kepuasan sebagai perasaan baik yang dimiliki seseorang ketika mencapai suatu target yang diinginkan benar-benar terjadi.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja layanan yang dirasakan dibanding dengan harapan (Kotler & Keller, 2016). Menurut (Nugroho, 2015) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu elemen penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Sedangkan menurut (Umar, 2015) kepuasan pelanggan adalah level ukuran perasaan pelanggan setelah membandingkan harapannya dengan apa yang ia terima.

Kepuasan pelanggan bukan hanya tentang memenuhi harapan dasar pelanggan, tetapi juga tentang menciptakan pengalaman positif yang dapat membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan seringkali berusaha untuk meningkatkan dan memelihara kepuasan pelanggan sebagai bagian integral dari strategi pemasaran dan manajemen mereka.

### **2.2.2 Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Indrasari, 2019) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang di harapkan.



3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

### **2.2.3 Indikator Kepuasan Pelanggan**

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut (Indrasari, 2019) adalah:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli sesuatu atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada setiap orang lain seperti keluarga, teman, dan lainnya.

## 2.3 Kualitas Pelayanan

### 2.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah penilaian atau persepsi pelanggan terhadap sejauh mana suatu organisasi memenuhi atau melampaui harapan mereka dalam menyediakan layanan. Ini mencerminkan keseluruhan pengalaman pelanggan, melibatkan berbagai elemen seperti keakuratan, keandalan, daya tanggap, keramahan, dan kemampuan penyelesaian masalah.

Menurut (Mutiawati et al., 2019), menyatakan kualitas pelayanan merupakan kemampuan pemberi pelayanan dalam melayani pengguna barang atau jasa. Sedangkan, menurut Usmara dalam (Pattaray et al., 2021) kualitas pelayanan merupakan suatu sikap yang dihasilkan dari membandingkan harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan dengan kinerja perusahaan seperti yang dipersepsikan konsumen. Kualitas Pelayanan merupakan tujuan utama bagi suatu perusahaan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan serta kesejahteraan pelanggan dan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang baik dengan penjual atau perusahaan untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai berdasarkan yang diharapkan pelanggan (R. Nona Yunita, 2021).

Berdasarkan definisi dari beberapa para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yaitu setiap aktivitas atau tindakan yang diberikan kepada pelanggan pada dasarnya tidak berwujud dan apabila kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi sesuai dengan harapannya, maka dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

### 2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam (Tjiptono dan Chandra, 2016) terdapat 5 indikator penentu dalam kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reliability*), berhubungan dengan keahlian perusahaan demi memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan dan menginformasikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkaitan dengan kesediaan dan keahlian karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka, serta memberitahukan kapan jasa hendak diberikan dan segera memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (*Assurance*), perilaku karyawan yang bisa menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman untuk para konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan serta memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.
4. Empati (*Empathy*), menjelaskan bahwa perusahaan memahami masalah para konsumennya dan bertindak untuk kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian khusus kepada para konsumen dan mempunyai jam operasi yang nyaman.

5. Bukti Fisik (*Tangible*), berkenaan dengan kapabilitas fasilitas fisik, peralatan atau perlengkapan yang lengkap, dan bahan-bahan yang digunakan perusahaan bersih, serta penampilan dari karyawan rapi.

## 2.4 Ketepatan Waktu Pengiriman

### 2.4.1 Definisi Ketepatan Waktu Pengiriman

Ketepatan waktu pengiriman adalah tingkat keterpenuhan suatu layanan pengiriman dalam menyerahkan produk atau barang kepada pelanggan sesuai dengan jadwal atau waktu yang telah dijanjikan atau diantisipasi. (Sugiarto, 2012) mendefinisikan ketepatan waktu sebagai suatu standard yang telah di terapkan saat sarana transportasi tiba, berangkat atau lewat pada suatu titik dan waktu yang telah ditetapkan.

Menurut (Aminah et al., 2017) memaparkan suatu ketepatan waktu pengiriman adalah kemampuan *supplier* untuk mengirimkan paket tepat waktu kepada penerimanya dengan lot pengiriman yang kecil. Menurut (Mafudz et al, 2018), memaparkan bahwa ketepatan waktu pengiriman merupakan jangka waktu ketika pelanggan memesan produk hingga produk tersebut dapat tiba di tangan pembeli.

Bedasarkan definisi diatas, penulis menyimpulkan bahwa ketepatan waktu dalam pengiriman merupakan hal penting bagi perusahaan logistik, mengingat paket yang dikirimkan tepat waktu kepada pelanggan akan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan tersebut.

## 2.4.2 Indikator Ketepatan Waktu Pengiriman

Menurut (Hafizha et al., 2019), ketepatan waktu pengiriman dapat diukur dengan 4 indikator, diantaranya sebagai berikut:

1. Estimasi waktu yang telah dijanjikan oleh pihak jasa kirim.
2. Kesesuaian harga, yaitu penilaian harga terhadap layanan yang diberikan pelanggan.
3. Ketepatan dalam waktu pengiriman barang, yaitu kemampuan kurir menyampaikan pengiriman tepat waktu dan tidak terjadi kesalahan.
4. Tanggung jawab jika terjadi kesalahan dalam pengiriman barang, misalnya, terlambat, hilang atau rusak.

## 2.5 Fasilitas *Tracking* Sistem

### 2.5.1 Definisi Fasilitas *Tracking* Sistem

Fasilitas merupakan akses yang diberikan dari perusahaan kepada konsumen guna menciptakan suatu kemudahan yang bertujuan memanjakan konsumen, dengan harapan akan tercapai kepuasan konsumen. Andari dalam jurnal (Sakti dan Mahfudz, 2018) mendefinisikan fasilitas sebagai suatu bentuk kebendaan guna menambah nilai fungsi suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Tjiptono dalam (Hafizha et al., 2019) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada pasar.

*Tracking* sistem sendiri merupakan sebuah fasilitas yang didasarkan kepada penggunaan GPS (*global positioning system*) menurut (Hasanuddin, 2007) GPS merupakan sistem satelit navigasi dan penentuan posisi menggunakan satelit. Sehingga *tracking* sistem tentu diperlukan untuk memantau keberadaan paket.

Maka dari itu dapat disimpulkan fasilitas tracking sistem merupakan sebuah sistem yang berguna untuk memudahkan konsumen yang berbasis GPS dan ditujukan untuk memantau barang yang dijadikan pesanan oleh konsumen. PT JNE Express juga memiliki fasilitas *tracking* sistem, fasilitas tersebut dapat diakses melalui web [jne.co.id](http://jne.co.id) atau menggunakan aplikasi My JNE.

### 2.5.2 Indikator Fasilitas *Tracking* Sistem

Menurut (Saha & Zhao, 2005) adalah sebagai berikut:

#### 1. *Efficiency* (Efisiensi)

Merupakan kemampuan pelanggan atau pengguna untuk mendapatkan situs web.

#### 2. *Fullfillment* (Pemenuhan)

Kemampuan untuk mengakurasi pelayanan dengan cara memberikan produk dalam waktu yang dijanjikan.

#### 3. *Privacy* (Privasi)

Kemampuan untuk tidak mengetahui informasi secara pribadi yang tidak dapat di sebarluaskan ke pengguna lainnya.

## 2.6 Peneliti Terdahulu

Peneliti terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai referensi untuk memperkuat penelitian yang akan di gunakan.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1	Hafizh et al (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan (X1) Ketepatan Waktu (X2) Tarif Pengiriman (X3)	1. Kualitas pelayanan(X1) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) 2. Ketepatan Waktu Pengiriman(X2)

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
		J&T Express (Studi Kasus pada Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar)	Fasilitas (X4) Kepuasan Pelanggan (Y)	berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) 3. Tarif Pengiriman (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) 4. Fasilitas (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2	Dewantoro et al (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas <i>Tracking</i> Sistem terhadap kepuasan pelanggan JNE	Kualitas Pelayanan(X1) Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) Fasilitas Tracking Sistem(X3) Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Kualitas Pelayanan(X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) 2. Ketepatan Waktu Pengiriman(X2) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) 3. Fasilitas <i>Tracking</i> Sistem berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)
3	Eviani & Hidayat (2021)	Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T <i>Express</i> Kota Baru Bekasi)	Sistem Pelacakan <i>Online</i> (X1) Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Sistem Pelacakan <i>Online</i> (X1)berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) 2. Ketepatan Waktu Pengiriman(X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan(Y)
4	Marwani & Adi (2022)	Pengaruh Fasilitas Sistem Pelacakan <i>Online</i> , Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan J&T <i>Express</i> (Cabang Kota Karanganyar)	Fasilitas Sistem Pelacakan <i>Online</i> (X1) Ketepatan Waktu Pengiriman(X2) Harga(X3) Kualitas Pelayanan(X4) Kepuasan Pelanggan(Y)	1. Fasilitas Sistem Pelacakan <i>Online</i> (X1) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) 2. Ketepatan Waktu Pengiriman(X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan(Y) 3. Harga(X3) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan(Y) 4. Kualitas Pelayanan(X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan(Y)

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
5	Dundar & Özturk (2020)	<i>The Effect of On-Time Delivery on Customer Satisfaction and Loyalty in Channel Integration</i>	<i>Channel Integration(1) On-Time Delivery(2) Customer Satisfaction(3) Loyalty (4) ss</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Channel Integration</i> berpengaruh cukup positif dan signifikan terhadap <i>on-time delivery</i></li> <li>2. <i>On-time delivery</i> berpengaruh cukup positif dan signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i></li> <li>3. <i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh sangat positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i></li> </ol>
6	Jaya Sakti & Mahfudz (2018)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada J&T Express Kota Semarang)	Kualitas Layanan (X1) Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) Fasilitas (X3) Kepuasan Pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas Layanan(X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan(Y)</li> <li>2. Ketepatan Waktu Pengiriman(X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan(Y)</li> <li>3. Fasilitas(X3) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)</li> </ol>
7	Putri Nafra Berliana, Suharyati, Tati Handayani, (2020)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada JNE Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan).	Kualitas Pelayanan, (X1) Harga, (X2) Kepuasan Pelanggan, (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas pelayanan(X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan(Y).</li> <li>2. Harga(X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan(Y).</li> </ol>
8	Sajad Shokouhyar, Sina Shokhoohyar, Sepehr Safari, (2020)	<i>Research on the influence of after sales service quality factors on customer satisfaction</i>	<i>influence of after sales service quality factors, (X) customer satisfaction, (Y)</i>	<i>This study investigates the nature of different quality elements on customer satisfaction in after-sales services practices identifying 21 quality elements with respect to servqual classes, we demonstrated the instrumentality and quality of these quality elements on customer satisfaction.</i>
9	Thanh & Quang Vinh (2017)	<i>The Effect of Service Quality, Information Tracking System and Company Reputation on Customer Satisfaction in Logistic Industry</i>	<i>Service Quality (X1) Information Tracking System (X2) Company Reputation (X3) Customer Satisfaction</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Service quality (X1)</i> berpengaruh positif terhadap <i>customer satisfaction (Y)</i></li> <li>2. <i>Information tracking system (X2)</i> berpengaruh positif terhadap <i>customer satisfaction (Y)</i></li> <li>3. <i>Company reputation(X3)</i> berpengaruh positif</li> </ol>



No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
			(Y)	terhadap <i>customer satisfaction</i> (Y)
10	Dundar & Özturk (2020)	<i>The Effect of On-Time Delivery on Customer Satisfaction and Loyalty in Channel Integration</i>	<i>Channel Intergration (1) On-Time Delivery (2) Customer Satisfaction (3) Customer Loyalty (4)ss</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Channel integrat ion</i> berpengaruh cukup positif dan signifikan terhadap <i>on-time delivery</i></li> <li>2. <i>On-time delivery</i> berpengaruh cukup positif dan signifikan terhadap <i>customer satisfaction</i></li> <li>3. <i>Customer satisfication</i> berpengaruh sangat positif dan signifikan terhadap <i>customer loyalty</i></li> </ol>

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2024

## 2.7 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah model konsep-konsep terkait teori yang saling berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting (Sugiyono, 2018). Tujuan nya adalah untuk memberikan kemudahan dalam mengkaji kondisi yang di teliti. Hal ini menuntut para pengusaha untuk merancang strategi yang tepat dalam memasarkan produknya guna menciptakan suatu kepuasan pelanggan.

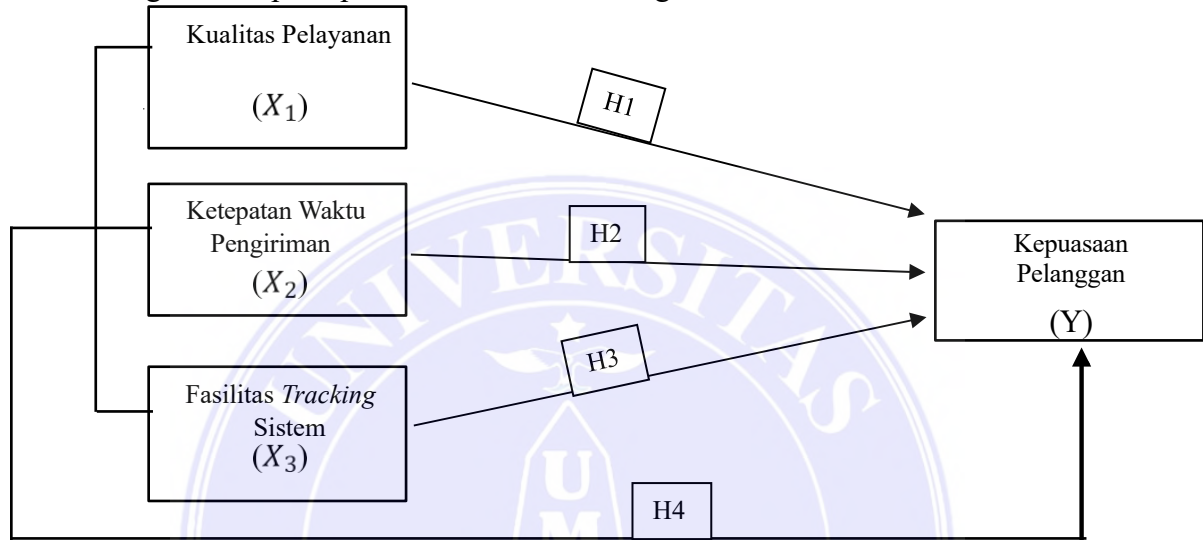
Perusahaan bergerak pada bidang jasa seperti JNE harus memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin lebih canggih dan semakin lebih maju. Salah satu nya memaksimal setiap dari fasilitas *tracking* sistem yang dapat digunakan guna untuk mempermudah dalam pengiriman barang.

Hal penting ini juga harus diperhatikan oleh perusahaan logistik dalam pengiriman barang adalah waktu pengiriman yang telah dijanjikan. Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Hafizha et al., 2019). Maka dari itu, perusahaan yang memberikan ketepatan waktu

pengiriman akan menimbulkan rasa puas pelanggan sehingga akan menggunakan jasa pelayanan itu kembali.

Bedasarkan urain yang telah dijelaskan sebelumnya maka dapat digambarkan

kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 3.1 Kerangka Konseptual**

## 2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah tersebut dinyatakan dalam bentuk pertanyaan (Sugiyono, 2018). Penyusunan hipotesis dirancang berdasarkan pada beberapa kajian teori dan hasil penelitian terdahulu. Maka yang menjadi hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Fasilitas *Tracking* Sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Fasilitas *Tracking* Sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



## BAB II

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017) Penelitian deskriptif adalah yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Adapun variabel yang dihubungkan dalam penelitian ini adalah (X1) Pengaruh Kualitas Pelayanan, (X2) Ketepatan Waktu Pengiriman, dan (X3) Fasilitas *Tracking* Sistem, (variabel terikat) yaitu (Y) Kepuasan Pelanggan JNE *Express* Cabang Krakatau Medan.

#### 3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan di JNE Kantor Cabang Krakatau Medan, Jl. Gunung Krakatau No. #102, Glugur Darat I, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara 20358.

### 3.3 Waktu Penelitian

Waktu Penelitian yaitu menerangkan penelitian yang akan dilakukan.

**Tabel 3.1 Rincian Estimasi Waktu Penelitian**

No.	Keterangan	Tahun 2024								
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agt	Sep
1.	Penyusunan Proposal	■								
2.	Seminar Proposal		■							
3.	Pengumpulan Data			■						
4.	Analisis Data			■	■					
5.	Seminar Hasil						■			
6.	Pengajuan Meja Hijau							■	■	
7.	Meja Hijau									■

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merujuk pada penguraian konsep atau variabel abstrak menjadi suatu bentuk yang dapat diukur atau diobservasi secara konkret. Ini bertujuan untuk memberikan petunjuk jelas tentang bagaimana suatu variabel akan diukur atau diobservasi dalam suatu penelitian atau eksperimen. Dengan kata lain, definisi operasional memberikan rincian mengenai langkah-langkah atau prosedur konkret yang akan digunakan untuk mengukur atau mengamati variabel tertentu.

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Tabel**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja layanan yang dirasakan dibanding dengan harapan (Kotler & Keller, 2016)	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkujung kembali 3. Merekomendasikan kepada pihak lainnya (Indrasari, 2019)	<i>Likert</i>
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas Pelayanan merupakan tujuan utama bagi suatu perusahaan dalam menghasilkan kepuasan pelanggan serta kesejahteraan pelanggan dan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang baik dengan penjual atau perusahaan untuk memenuhi	1. <i>Reliability</i> (Keandalan) 2. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) 3. <i>Assurance</i> (Jaminan) 4. <i>Empathy</i> (Empati) 5. <i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	<i>Likert</i>

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	kebutuhan yang sesuai berdasarkan yang diharapkan pelanggan. (R Nona Yunita,2021)	Tjiptono dan Chandra, 2016)	
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	Ketepatan waktu pengiriman yaitu kemampuan dari supplier untuk mengirimkan pekerja tepat waktu kepada penerimanya dengan lot pengiriman yang kecil. ( Aminah et al., 2017)	1. Estimasi waktu yang dijanjikan 2. Kesesuain harga 3. Ketepatan dalam pengiriman 4. Tanggungjawab (Hafizh et al, 2019)	Likert
Fasilitas Tracking Sistem (X3)	Fasilitas <i>tracking</i> sistem adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada pasar. (Tjiptono dalam Hafizha, et al.,2019)	1. <i>Efficiency</i> (Efisiensi) 2. Fullfilment (Pemenuhan) 3. Privacy ( Privasi) ( Saha dan zhao,2005)	Likert

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2024

### 3.5 Populasi dan Sampel

#### 3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi bukan hanya orang tetapi bisa juga objek-objek lain.

Bedasarkan data yang didapatkan melalui survei ke JNE *Express* Cabang Krakatau Medan maka didapat jumlah pelanggan sebagai berikut

**Tabel 3.3 Data Pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan Tahun 2024**

Bulan	Jumlah Pelanggan
Juli	2550
Agustus	2477
September	2513
Oktober	2598
November	2515
Desember	2518
Januari	2289
Total	17.460

Sumber : Data Pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 3.3 maka dapat ditentukan bahwa pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan Tahun 2024 yaitu sebesar 17.460 orang.

### 3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan kriteria tertentu yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi.

Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* yang akan menggunakan kriteria tertentu dalam menentukan responden. Dan juga penelitian ini terdapat populasi yang sangat besar dan tidak terbatas, maka peneliti melakukan perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{17460}{1 + 17460 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{17460}{1 + 174,6}$$

$$n = \frac{17460}{175,6}$$

$n = 99,4$  dibulatkan menjadi 100 responden

Keterangan :

$n$  = Ukuran sampel / jumlah responden

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, peneliti menetapkan  $10\% = 0,1$

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut :

Nilai  $e = 0,1$  (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai  $e = 0,05$  (5%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20% dari populasi penelitian.

### 3.6 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Data Primer

Data Primer diperoleh langsung dari objek penelitian, wawancara dan daftar pertanyaan yang disebarakan oleh responden, diolah dalam bentuk data melalui alat statistik.

#### 2. Data Sekunder

Data yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber-sumber bacaan serta data mengenai sejarah dan perkembangan



perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas perusahaan yang diperoleh sehubungan dengan masalah peneliti.

### 3.7 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik, antara lain :

1. Pengamatan (*Observation*), yaitu dengan mengamati objek penelitian tertentu dengan metode sistematis. Pengumpulan data bisa dicatat atau direkam sebagai temuan lapangan.
2. Wawancara (*Interview*), yaitu dengan mengajukan laporan secara lisan kepada pihak-pihak tertentu untuk mendapatkan data penelitian.
3. Daftar Pertanyaan (*Questionnaire*), yaitu dengan menyebarkan angket atau kuisisioner yang sudah dipersiapkan sebelumnya kepada responden, dimana responden dapat memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam kuisisioner. Setiap pertanyaan terdapat skor dari satu sebagai nilai terburuk sampai dengan lima sebagai nilai terbaik. Bobot nilai angket yaitu :

**Tabel 3.3 Bobot Nilai Angket Instrumen Skala *Likert***

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Dewantoro et al (2020)

### 3.8 Teknik Analisis Data

Dalam metode penelitian kuantitatif, setelah menghimpun data dari seluruh responden atau sumber data lainnya, maka harus dilakukan analisis data. Analisis data yang tertera dalam penelitian ini didapati menggunakan program SPSS.

#### 3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuisioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengajuan pengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukur dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata dan benar. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya.

##### a. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2018) merupakan hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Suatu pengukuran instrumen pengukuran dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur *construct* sesuai dengan tujuan dan harapan peneliti. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *corrected item – total correlation* atau disebut dengan r hitung pada setiap butir pertanyaan terhadap nilai rtabel. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program spss, dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika  $r_{hitung} > 0,361$ , maka pertanyaan dinyatakan valid.
- 2) Jika  $r_{hitung} < 0,361$ , maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

**Tabel 4.8**  
**Uji validitas 30 responden**

Variabel	Indikator	Koefisien Korlasi (r)	r tabel	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	KP1	0,571	0,361	Valid
	KP2	0,654	0,361	Valid
	KP3	0,565	0,361	Valid
	KP4	0,522	0,361	Valid
	KP5	0,377	0,361	Valid
	KP6	0,372	0,361	Valid
	KP7	0,504	0,361	Valid
	KP8	0,531	0,361	Valid
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	KWP1	0,764	0,361	Valid
	KWP2	0,790	0,361	Valid
	KWP3	0,629	0,361	Valid
	KWP4	0,687	0,361	Valid
	KWP5	0,700	0,361	Valid
	KWP6	0,818	0,361	Valid
	KWP7	0,673	0,361	Valid
	KWP8	0,698	0,361	Valid
Fasilitas <i>Tracking</i> Sistem (X3)	FTS1	0,683	0,361	Valid
	FTS2	0,821	0,361	Valid
	FTS3	0,824	0,361	Valid
	FTS4	0,789	0,361	Valid
	FTS5	0,771	0,361	Valid
	FTS6	0,585	0,361	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	KP1	0,683	0,361	Valid
	KP2	0,821	0,361	Valid
	KP3	0,824	0,361	Valid
	KP4	0,789	0,361	Valid
	KP5	0,771	0,361	Valid
	KP6	0,585	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2024

Pada tabel 4.8 diatas telah dilakukan uji validitas pada setiap pernyataan, maka ditemukan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan dinyatakan valid.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang akan digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Metode ini digunakan berdasarkan skala *alpha Cronbach* 0 sampai 1. Jika skala itu

dikelompokkan kedalam lima belas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai *alpha Cronbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti sangat tidak reliabel
- 2) Nilai *alpha Cronbach* 0,21 s.d 0,40, berarti tidak reliabel
- 3) Nilai *alpha Cronbach* 0,42 s.d 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai *alpha Cronbach* 0,61 s.d 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai *alpha Cronbach* 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel

**Tabel 4.9 Uji Realibilitas**

Instrumen	<i>Cronbach's Alfa</i>	Keterangan
Kualitas Pelanggan (X1)	0,794	Reliabel
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	0,911	Reliabel
Fasilitas <i>Tracking</i> Sistem (X3)	0,903	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,869	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 2024

Bedasarkan tabel 4.9 diatas, bahwa dapat dilihat nilai *statistic Cronbach's Alfa* pada variabel kualitas pelanggan 0,794, ketepatan waktu pengiriman 0,911, fasilitas *tracking* sistem 0,903, dan kepuasan pelanggan 0,869. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *statistic Cronbach's Alfa* dari setiap variabel lebih besar dari 0,70 oleh karena itu data dinyatakan reliabel dan layak untuk disebar.

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Untuk menghasilkan data yang akurat suatu persamaan regresi sebaiknya terbebas dari uji asumsi-asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Peneliti tidak melakukan uji autokorelasi karena data pada penelitian ini merupakan data *cross section* artinya pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat bersamaan dan menggunakan alat ukur kuisioner.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dalam penelitian ini dideteksi melalui analisa grafik dan statistik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS.

1. Histogram, yaitu pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (*Bell shaped*). Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika data menceng ke kanan atau menceng ke kiri berarti memberitahukan bahwa data tidak berdistribusi secara normal.
2. Grafik *Normality Probability Plot*, ketentuan yang akan digunakan adalah:
  - a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
  - b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
3. *Kolmogorov-Smirnov*, berdasarkan hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* diketahui bahwa nilai *unstandardized residul* memiliki *Asymp Sig. (2-tailed)* sebesar 0,116 yang artinya dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara normal karena  $Sig > 0,05$ .

### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Pengujiannya dilakukan dengan perhitungan nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*. Jika antara variabel mempunyai nilai *Tolerance*  $> 0,1$  atau nilai *VIF*  $< 10$  artinya tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2018).

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedisitas bertujuan menguji apakah model regresi tujuan ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Heterokedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat melalui grafik scatterplot. Suatu model regresi dikatakan tidak mengandung heterodiksitas apabila grafik scatterplot terlihat bahwa tidak adanya pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

### 3.8.3 Uji Statistik

#### a. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel dependen. Model regresi linier berganda dengan memakai program SPSS yaitu :

$$Y = a + B1.X1 + B2.X2 + B3.X3 + e$$

Dimana :

Y = Variabel Dependen (Kepuasan Pelanggan)

X1 = Variabel Independen (Kualitas Pelayanan)

X2 = Variabel Independen (Ketepatan Waktu Pengiriman)

X3 = Variabel Independen (Fasilitas *Tracking* Sistem)

a = Konstanta

b1,b2,b3 = Koefisien Regresi

e = *Standard error* (tingkat kesalahan) yaitu 0,05 (5%)

### 3.8.4 Uji Hipotesis

#### a. Uji Simultan ( Uji F )

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen, dengan tingkat keyakinan 90% ( $\alpha = 0,1$ ) (Ghozali, 2018)

- a) Jika nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
- b) Jika nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

#### **b. Uji Parsial (Uji t)**

Uji t bertujuan menguji pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel dependen dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) (Ghozali, 2018)

- a) Jika nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $< 0,1$  maka hipotesis diterima.
- b) Jika nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $> 0,1$  maka hipotesis ditolak.

#### **3.8.5 Uji Determinasi ( $R^2$ )**

Uji determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan penyebaran variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinan adalah antara 0 hingga 1 ( $0 < R^2 < 1$ ). Jika nilai koefisien mendekati 1 artinya variabel independen yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Tetapi jika  $R^2$  mendekati 0 maka variabel independen kurang berpengaruh terhadap variabel independen kurang berpengaruh terhadap variabel dependen, yang artinya kemampuan memberikan informasi sangat terbatas (Ghozali, 2018).

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah hasil penelitian ini di analisis dan di paparkan, maka dalam bab ini penulis dapat menarik kesimpulan yang menjadi inti dari penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut :

1. Secara Parsial kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan sedangkan fasilitas *tracking* sistem berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan.
2. Secara simultan dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas *tracking* sistem secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Cabang Krakatau Medan.
3. Berdasarkan perhitungan koefisien determinan ( $R^2$ ) diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,651. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai dari seluruh variabel adalah sebesar 65,1% sisanya 34,9% yang akan dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini.

#### 5.2 Saran

1. Berdasarkan penelitian variabel kualitas pelayanan, diharapkan harus mempertahankan dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan. Langkah ini diharapkan dapat lebih meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga menjaga loyalitas pelanggan sendiri di masa yang akan datang.



2. Berdasarkan hasil penelitian variabel ketepatan waktu pengiriman, jasa kirim JNE diharapkan bisa mengirimkan segala paket sesuai dengan estimasi waktu yang dijanjikan dan di harapkan tanpa adanya keterlambatan, kerusakan, kehilangan dan masalah lainnya. Apabila terdapat masalah yang menghambat proses pengiriman, pihak JNE diharapkan bisa cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah tersebut dan memberikan solusi yang terbaik.
3. Berdasarkan hasil penelitian variabel fasilitas *tracking* sistem, perusahaan diharapkan bisa lebih memperkenalkan sistem *tracking* yang berupa website/aplikasi My JNE kepada para pelanggan agar memudahkan dalam mengetahui informasi pengiriman barangnya. Selain itu, pemberian informasi lewat *customer service* harus cepat tanggap dan akurat serta dapat melayani keluhan pelanggan dengan baik.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dan menggunakan penelitian ini sebagai referensi peneliti selanjutnya. Dan juga dapat melakukan penelitian dengan objek dan populasi berbeda untuk mengkaji hasil penelitian ini. Peneliti juga diharapkan dapat melakukan penelitian dengan variabel berbeda seperti Harga, *Social Media Marketing* (SMM), *Content Marketing* serta mampu menemukan dan mengungkapkan untuk memberikan temuan peneliti yang lebih baru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, A., Rafani, Y., & Hariyani, H. (2017). Analisis Pengaruh Faktor ketepatan Waktu Pengiriman Barang dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Jalur Nugraha Ekarkurir (JNE) Pangkalpinang). *Jurnal Progresif Manajemen [Internet]*, 17(2), 49-61.
- A, Salim. (2012). *HA Manajemen Transportasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- Barkatullah, A. H. (2019). Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: sebagai pedoman dalam menghadapi era digital Bisnis *e-commerce* di Indonesia. Nusamedia.
- Dewantoro, D. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN FASILITAS TRACKING SISTEM TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE. *Volume 1, 2020 | Hal. 278 - 293, 1, 278-293*.
- Dikaprio Dewantoro, L. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE. *PROSIDING BIEMA, 1, 278-293*.
- Berliana, P. N., Suharyati, S., & Handayani, T. (2020, November). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada JNE Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan). In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 440-456).
- B. Baya Sakti, and M. Mahfudz, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J&T Express Kota Semarang)," *Diponegoro journal of management*, vol. 7, no. 4, pp. 137-144, jun. 2018.
- Abidin, Hasanuddin Z. (2007). "Penentuan Posisi Dengan Menggunakan GPS dan Aplikasinya PT Pradyan Paramita", Bandung.
- Mutiawati, C, et al., (2019). *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*. Deepublish. Yogyakarta: CV. BUDI UTAMA.
- Chesanti, P. C., & Setyorini, R. (2018). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan sebagai Pengguna Aplikasi PLN Mobile. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 18(1), 10–17.
- Dewantoro, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas *Tracking* Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE. *Volume 1, 2020 | Hal. 278 - 293, 1, 278-293*.

- 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*, Vol.1, No1.
- Fandy, T., & Gregorius, C. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction* edisi 4. Yogyakarta. Andi Yogyakarta. Andi.
- Haqi, Muhammad Syahrul dan Nimati Rahmatika. (2020), Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Layanan Grab *Food* Di Jombang, *Jurnal Ekonomi dan Perkembangan Bisnis*, Vol. 4 No. 1 43.
- Handoko, Bagus. (2016). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol. 17, 1-13.
- Hafizha S., Abdurrahman, and H. S. Nuryani. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2 (1), 1-8.
- Hamdani, R., & Swastika, B. (2021). Pemasaran Digital dan Pengenalan *Green Marketing* di Kecamatan Punung Kabupaten Pacitan. *Jurnal Abdimas Madani dan Lestari (JAMALI)*. 3(2): 80-86.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Kelly, T. P. M. F. (2020). Pemasaran Jasa. *In Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952
- Manap, H. A. (2016). Revolusi Manajemen Pemasaran. Mitra Wacana Media. Noor, J. (2014). Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen. PT Grasindo.
- Mawarni, O. D., & Adi, S. W. (2021). Pengaruh Fasilitas Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Studi Pada J&T Express Cabang Kota Karanganyar). *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 445-450.
- Nugroho. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, Dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel Dwi. *Journal Of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699.
- Rinti Nona Yunita (2021) Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Mama Alya Di Bandar Lampung, Vol. 1. No. 3

- Parmita Saha dan Yanni Zhao. (2005). *Relationship Between Online Service Quality And Customer Satifcation*. Lulea University Of Technology Swedia.
- Pattaray, Anas dkk. (2021). Konsep Pelayanan bagi Wisatawan Peyandang. Disabilitas. Malang: Literasi Nusantara.
- Rahmadani, Ananto, R. P., & Andriani, W. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan Dan Dividen Payout Ratio Terhadap Struktur Modal. *Akuntansi Dan Manajemen*, 14(1), 82–103
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Salma Hafizha, et al (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T *Express* (Studi Kasus pada Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar). *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol.2 No.12019, 2, 50-57.
- Sakti, Brillyan, Jaya,. & Mahfudz. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 7, 1-8.
- Thong Quang Bui, Hau Vinh Nguyen, and Ngoc Thai Pham. 2017. *The effect of Location and Sales Promotion on Repeat Purchase : The Case of Coffee Chains in Vietnam*. *PRiMa: Practices and Research in Marketing*. 8(1), 39-41.
- Umar Husein. (2015). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Wati, W. R., Arifin, R., & ABS, M. K. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan E-Tracking, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga, Dan Fasilitas Web Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Tengah Wabah Covid 19 (Studi Kasus Pada Pengguna J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(10)
- Virgo Simamora dan Eka Susanti. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan *Tracking System* Berbasis web Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Persepsi Resiko Konsumen Pada Produk JNE Cilincing. *Jurnal Online Internasional & Nasional*. Vol.4 No.1, Januari – Juni 2017
- Yulianto, A. R. (2018). Tinjauan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan *Jurnal Ekonomi*, 20(2), 241-258



## DAFTARLAMPIRAN

### Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN FASILITAS *TRACKING* SISTEM TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE *EXPRESS* CABANG KRAKATAUMEDAN

### DATA RESPONDEN

Pentunjuk: Berilah (✓) pada kotak di depan informasi yang sesuai menurut anda.

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :  Pria  Wanita
3. Usia :  
 17-25 tahun  26-35 tahun  
 36-45 tahun  lebih dari 45 tahun
4. Pekerjaan  
 PNS/TNI/POLRI  Wiraswasta  Profesional ( Konsultan )  
 Karyawan Swasta/ BUMN  Ibu rumah tangga  
 Pengusaha  Pelajar/Mahasiswa  Lainnya.....

### PETUNJUK PENGISIAN

Terima kasih atas partisipasi saudara dalam mengisi kuesioner ini. Penelitian ini menginginkan pendapat Anda tentang “pengaruh kualitas pelayanan ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas *tracking* sistem terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan”. Berilah tanda (✓) *check list* sesuai dengan pilihan jawaban pendapat Anda di kolom isian yang tersedia.

Adapun makna kodenya adalah:

- SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
KS : Kurang Setuju  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju

**KUALITAS PELAYANAN (X1)**

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
<b>KETEPATAN</b>						
1	Ketepatan barang sesuai dengan ketepatan waktu yang sudah ditentukan					
2	Pelayanan yang diberikan dapat diandalkan dan merespon dengan baik.					
<b>PERHATIAN</b>						
3	Karyawan JNE memperhatikan barang pelanggan untuk mengingatkan kembali sebelum dikirim ke tujuan					
4	Saya merasa bahwa JNE selalu memberikan perhatian terhadap kebutuhan dan permintaan saya selama proses pengiriman barang.					
<b>KEAMANAN</b>						
5	JNE memberikan jaminan atau asuransi yang memadai terhadap barang yang dikirim untuk mengatasi risiko kehilangan atau kerusakan.					
6	Barang pelanggan di kemas dengan SOP (Standard Operational Perusahaan) untuk menjaga keamanannya					
<b>KERAMAHAN</b>						
7	Memberikan sapaan kepada pelanggan untuk menunjukkan keramahan karyawan					
8	Karyawan JNE memberikan penjelasan yang jelas dan ramah saat saya memiliki pertanyaan tentang layanan atau proses pengiriman.					

**KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN (X2)**

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
<b>ESTIMASI WAKTU</b>						
9	Estimasi waktu pengiriman yang diberikan oleh JNE sesuai dengan waktu yang sebenarnya.					
10	Saya mengandalkan estimasi waktu pengiriman yang diberikan oleh JNE untuk merencanakan penerimaan barang saya.					
<b>KESESUAIAN HARGA</b>						

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
11	Saya merasa bahwa harga yang ditawarkan oleh JNE untuk layanan pengiriman mereka sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan.					
12	Saya merasa bahwa harga yang saya bayarkan untuk menggunakan layanan pengiriman JNE sebanding dengan kenyamanan dan keandalan yang diberikan.					
<b>KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN BARANG</b>						
13	Saya merasa bahwa JNE selalu tepat waktu dalam mengirimkan barang sesuai dengan perkiraan waktu yang diberikan.					
14	Saya merasa bahwa informasi tentang perkiraan waktu pengiriman yang diberikan oleh JNE cukup akurat.					
<b>TANGGUNG JAWAB</b>						
15	Saya merasa bahwa JNE bertanggung jawab dalam mengirimkan barang dengan aman dan tepat waktu.					
16	Jika terjadi masalah dengan pengiriman barang, saya yakin bahwa JNE akan bertanggung jawab untuk menyelesaikannya dengan baik.					

**FASILITAS *TRACKING* SISTEM (X3)**

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
<b>EFESIENSI</b>						
17	Saya merasa bahwa fasilitas <i>tracking</i> sistem JNE membantu saya untuk memantau pengiriman barang dengan lebih efisien.					
18	Saya merasa bahwa fasilitas <i>tracking</i> sistem JNE memungkinkan saya untuk mengawasi pengiriman barang dengan lebih efisien.					
<b>PEMENUHAN</b>						
19	Saya merasa bahwa fasilitas <i>tracking</i> sistem JNE memberikan informasi yang cukup tentang status pengiriman barang saya.					
20	Saya merasa bahwa fasilitas <i>tracking</i> sistem JNE memungkinkan saya untuk merencanakan penerimaan barang					



NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
	dengan lebih baik sesuai dengan jadwal saya.					
<b>PRIVASI</b>						
21	Kebijakan privasi JNE memberikan perlindungan yang memadai terhadap data pribadi pelanggan yang digunakan dalam fasilitas <i>tracking</i> sistem.					
22	Saya percaya bahwa JNE memiliki prosedur yang cukup untuk melindungi informasi pribadi pelanggan dalam penggunaan fasilitas <i>tracking</i> sistem.					

**KEPUASAN PELANGGAN (Y)**

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
<b>KESESUIAN HARAPAN</b>						
23	Saya merasa puas dengan karyawan yang telah bekerja sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan					
24	Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari banyaknya konsumen yang berlangganan di perusahaan					
<b>MINAT BERKUNJUNG KEMBALI</b>						
25	Saya ingin berlangganan karena barang yang dikirim selalu tepat waktu					
26	Saya merasa puas dengan layanan yang saya terima dari JNE dan ingin menggunakan layanan mereka lagi di masa mendatang					
<b>MEREKOMENDASIKAN</b>						
27	Saya merekomendasikan jasa pengiriman paket ini karena layanan yang bagus					
28	Saya merekomendasikan jasa pengiriman paket ini karena proses pengemasan yang baik					

### Lampiran 2 : Data Sampel 30 Responden Uji Instrumen

KUALITAS PELAYANAN (X1)										FASILITAS <i>TRACKING</i> SISTEM (X3)						
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TTL	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TTL
1	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	5	4	4	5	4	5	35	5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	3	4	3	4	29	4	4	3	4	4	4	23
5	3	3	3	4	3	5	5	5	31	5	4	5	4	5	4	27
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	3	3	4	3	2	4	27	4	4	4	4	4	4	24
8	5	5	4	5	4	4	5	5	37	5	4	5	4	4	5	27
9	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	3	3	4	4	4	22
10	4	4	4	5	5	5	4	5	36	5	5	4	4	5	4	27
11	5	5	5	4	4	5	5	5	38	5	5	5	4	5	4	28
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	4	4	4	4	4	5	33	5	5	5	5	5	4	29
15	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
18	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24
20	3	4	4	2	5	5	5	3	31	5	4	4	4	4	4	25
21	5	4	5	4	5	4	3	4	34	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	5	5	3	4	5	34	4	4	3	4	4	3	22
23	4	5	5	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	5	25
24	4	4	4	4	4	4	3	4	31	5	4	4	4	4	3	24
25	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3	4	4	4	4	4	23
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	5	3	3	5	4	4	32	4	4	4	4	5	4	25
29	4	4	4	4	4	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
30	4	4	4	5	4	4	5	4	34	5	4	4	4	5	4	26

KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN (X2)										KEPUASAN PELANGGAN (Y)						
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TTL	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	TTL
1	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	3	4	4	4	23
2	5	5	4	4	5	4	5	5	37	5	5	4	4	4	4	26
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	3	4	4	22
5	3	1	3	3	2	1	2	3	18	4	4	3	4	4	4	23
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
7	3	3	4	4	3	3	5	3	28	3	3	2	3	2	3	16
8	5	5	4	4	5	4	4	4	35	5	5	4	4	4	4	26
9	4	4	3	4	3	3	4	4	29	3	4	3	3	3	4	20
10	4	4	4	5	4	4	4	5	34	4	5	4	5	4	4	26
11	3	3	5	5	3	3	5	4	31	3	3	4	4	3	3	20
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	4	5	4	4	37	4	4	4	4	3	4	23
15	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
19	4	5	4	4	4	4	3	4	32	4	4	4	4	4	4	24
20	4	5	4	4	2	4	4	4	31	4	5	3	4	4	4	24
21	4	4	5	4	3	3	4	5	32	4	4	5	4	5	4	26
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32	2	2	5	5	5	5	24
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
24	3	4	3	4	3	3	3	4	27	4	4	3	3	3	3	20
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	4	4	4	23
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
28	3	3	4	3	4	4	3	3	27	4	4	3	3	3	4	21
29	4	5	4	5	5	5	5	4	37	5	5	5	4	5	5	29
30	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	4	4	4	4	4	24

## Lampiran 3 : Hasil Uji nstrumen

## UJI VALIDITAS

## VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X1)

Kualitas Pelayanan (X1)	KP1	0,571	0,361	Valid
	KP2	0,654	0,361	Valid
	KP3	0,565	0,361	Valid
	KP4	0,522	0,361	Valid
	KP5	0,377	0,361	Valid
	KP6	0,372	0,361	Valid
	KP7	0,504	0,361	Valid
	KP8	0,531	0,361	Valid

## VARIABEL KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN (X2)

Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	KWP1	0,764	0,361	Valid
	KWP2	0,790	0,361	Valid
	KWP3	0,629	0,361	Valid
	KWP4	0,687	0,361	Valid
	KWP5	0,700	0,361	Valid
	KWP6	0,818	0,361	Valid
	KWP7	0,673	0,361	Valid
	KWP8	0,698	0,361	Valid

VARIABEL FASILITAS *TRACKING* SISTEM (X3)

Fasilitas <i>Tracking</i> Sistem (X3)	FTS1	0,683	0,361	Valid
	FTS2	0,821	0,361	Valid
	FTS3	0,824	0,361	Valid
	FTS4	0,789	0,361	Valid
	FTS5	0,771	0,361	Valid
	FTS6	0,585	0,361	Valid

## VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Kepuasan Pelanggan (Y)	KP1	0,683	0,361	Valid
	KP2	0,821	0,361	Valid
	KP3	0,824	0,361	Valid
	KP4	0,789	0,361	Valid
	KP5	0,771	0,361	Valid
	KP6	0,585	0,361	Valid

## UJI RELIABILITAS

Instrumen	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelanggan (X1)	0,794	Reliabel
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	0,911	Reliabel
Fasilitas <i>Tracking</i> Sistem (X3)	0,903	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,869	Reliabel

### Lampiran 4 : Data Sampel Penelitian 100 Responden

KUALITAS PELAYANAN (X1)										FASILITAS <i>TRACKING</i> SISTEM (X3)						
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TTL	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TTL
1	5	4	4	4	4	5	5	5	36	5	4	5	5	5	5	29
2	4	4	4	3	4	4	2	3	28	3	3	4	4	4	4	22
3	4	4	4	3	5	5	4	4	33	5	4	4	3	4	3	23
4	5	5	5	5	3	4	4	4	35	5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
6	5	4	4	3	3	4	3	3	29	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	4	4	5	4	4	25
8	5	5	4	5	5	5	5	5	39	5	4	5	4	4	5	27
9	4	5	5	5	4	4	4	4	35	4	4	4	5	4	4	25
10	5	4	4	4	4	4	4	3	32	3	4	5	4	4	3	23
11	4	5	4	4	3	5	4	4	33	4	4	4	5	4	4	25
12	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24
13	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	24
15	3	4	5	4	4	4	5	5	34	3	5	4	4	3	4	23
16	4	4	4	3	3	4	4	4	30	4	4	4	3	4	4	23
17	2	4	5	3	3	4	5	4	30	3	3	3	3	3	4	19
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	4	4	5	4	5	34	5	5	5	4	3	3	25
20	5	4	3	3	5	4	3	5	32	4	5	4	3	5	5	26
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	4	4	4	26
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
25	5	4	4	4	3	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	4	4	4	25
27	5	5	4	3	5	4	4	4	34	5	4	4	4	4	4	25
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	5	4	5	27
29	4	5	5	4	5	5	5	4	37	4	4	5	5	5	5	28
30	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	5	4	4	5	4	5	35	5	5	5	5	5	5	30
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	3	4	3	4	3	4	29	4	4	3	4	4	4	23
34	3	3	3	4	3	5	5	5	31	5	4	5	4	5	4	27
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24

KUALITAS PELAYANAN (X1)										FASILITAS <i>TRACKING</i> SISTEM (X3)						
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TTL	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TTL
36	4	4	3	3	4	3	2	4	27	4	4	4	4	4	4	24
37	5	5	4	5	4	4	5	5	37	5	4	5	4	4	5	27
38	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	3	3	4	4	4	22
39	4	4	4	5	5	5	4	5	36	5	5	4	4	5	4	27
40	5	5	5	4	4	5	5	5	38	5	5	5	4	5	4	28
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
43	4	4	4	4	4	4	4	5	33	5	5	5	5	5	4	29
44	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
47	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24
49	3	4	4	2	5	5	5	3	31	5	4	4	4	4	4	25
50	5	4	5	4	5	4	3	4	34	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	5	5	3	4	5	34	4	4	3	4	4	3	22
52	4	5	5	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	5	25
53	4	4	4	4	4	4	3	4	31	5	4	4	4	4	3	24
54	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3	4	4	4	4	4	23
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	5	3	3	5	4	4	32	4	4	4	4	5	4	25
58	4	4	4	4	4	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	4	5	4	4	5	4	34	5	4	4	4	5	4	26
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
64	3	4	5	4	3	4	4	4	31	4	5	5	5	4	4	27
65	4	4	5	4	3	4	3	4	31	4	4	4	4	4	4	24
66	4	3	4	4	3	3	3	4	28	5	5	5	5	4	4	28
67	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	30
68	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
70	3	3	4	3	3	4	4	4	28	4	4	4	3	4	4	23
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
72	3	4	4	4	4	4	4	4	31	5	5	5	5	4	4	28

KUALITAS PELAYANAN (X1)										FASILITAS <i>TRACKING</i> SISTEM (X3)						
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TTL	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TTL
73	3	1	1	4	2	3	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24
74	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	5	4	5	5	4	5	36	5	5	5	4	4	4	27
76	4	4	3	4	4	4	3	3	29	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	3	4	3	4	4	3	29	5	5	4	4	4	4	26
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
79	4	4	3	4	3	4	3	3	28	4	5	3	4	3	4	23
80	4	4	4	4	3	3	3	4	29	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	4	3	5	3	3	30	4	4	4	4	4	4	24
82	4	3	4	3	3	4	2	3	26	4	4	4	4	4	4	24
83	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	4	4	4	4	24
84	5	5	5	4	3	4	4	4	34	4	4	4	5	4	4	25
85	3	4	3	3	4	4	4	4	29	4	4	4	4	4	4	24
86	4	4	5	4	5	5	3	4	34	5	5	5	5	5	5	30
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
88	4	4	3	4	4	4	3	3	29	4	4	4	4	4	4	24
89	4	4	3	3	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	3	4	4	2	4	29	3	4	3	4	3	4	21
91	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4	4	4	4	4	4	24
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	5	25
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
94	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	5	25
95	5	5	5	5	5	5	4	4	38	5	5	5	5	5	5	30
96	5	5	5	5	5	5	4	4	38	4	4	4	4	4	4	24
97	5	4	5	4	4	5	4	5	36	5	5	5	5	5	5	30
98	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	4	5	5	29
99	4	5	4	4	5	5	4	5	36	4	4	4	5	4	5	26
100	5	5	5	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	5	5	26

KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN (X2)										KEPUASAN PELANGGAN (Y)						
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TTL	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	TTL
1	5	4	4	4	5	4	4	4	34	5	4	4	4	4	5	26
2	3	4	4	4	3	2	5	5	30	3	4	4	3	3	4	21
3	5	5	4	5	4	4	3	4	34	3	4	4	4	5	4	24
4	5	4	4	4	4	4	4	4	33	5	5	5	4	4	4	27
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
6	3	4	4	4	4	4	4	3	30	3	4	3	3	3	4	20

KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN (X2)										KEPUASAN PELANGGAN (Y)						
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TTL	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	TTL
7	4	5	4	5	4	4	4	4	34	4	4	4	5	5	5	27
8	5	5	4	4	5	4	5	4	36	4	5	5	4	4	5	27
9	5	5	4	4	5	5	5	5	38	4	5	4	4	4	4	25
10	4	4	4	4	4	4	5	3	32	4	2	4	4	4	5	23
11	4	4	5	4	4	5	5	4	35	4	5	3	4	5	5	26
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
14	3	4	3	3	4	3	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
15	4	5	3	3	4	3	5	4	31	3	4	5	5	4	4	25
16	4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	4	3	3	4	4	22
17	3	3	3	4	3	3	3	3	25	2	4	3	4	4	4	21
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
19	3	4	4	4	4	4	5	4	32	4	4	4	4	4	4	24
20	5	4	3	4	3	5	4	4	32	5	4	4	5	4	5	27
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	4	4	4	25
22	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	4	3	3	3	4	21
23	4	4	4	5	4	4	4	3	32	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
27	5	4	3	4	4	3	4	5	32	4	4	4	4	5	4	25
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	4	4	5	28
29	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	4	3	4	5	5	25
30	3	4	4	4	4	4	4	4	31	4	4	3	4	4	4	23
31	5	5	4	4	5	4	5	5	37	5	5	4	4	4	4	26
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	3	4	4	22
34	3	1	3	3	2	1	2	3	18	4	4	3	4	4	4	23
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
36	3	3	4	4	3	3	5	3	28	3	3	2	3	2	3	16
37	5	5	4	4	5	4	4	4	35	5	5	4	4	4	4	26
38	4	4	3	4	3	3	4	4	29	3	4	3	3	3	4	20
39	4	4	4	5	4	4	4	5	34	4	5	4	5	4	4	26
40	3	3	5	5	3	3	5	4	31	3	3	4	4	3	3	20
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
43	5	5	5	5	4	5	4	4	37	4	4	4	4	3	4	23



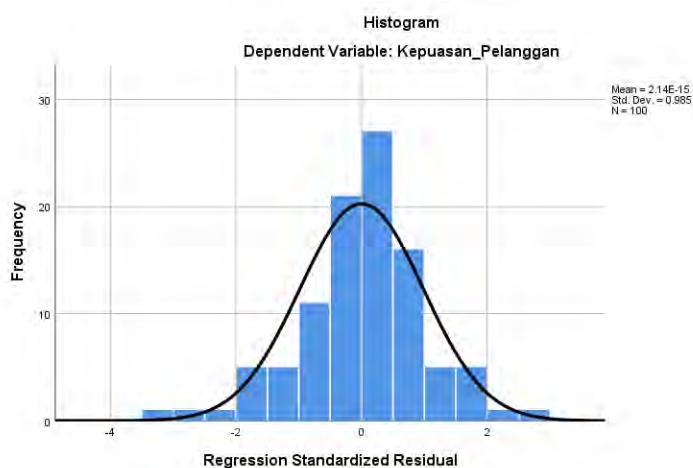
KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN (X2)										KEPUASAN PELANGGAN (Y)						
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TTL	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	TTL
44	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
48	4	5	4	4	4	4	3	4	32	4	4	4	4	4	4	24
49	4	5	4	4	2	4	4	4	31	4	5	3	4	4	4	24
50	4	4	5	4	3	3	4	5	32	4	4	5	4	5	4	26
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32	2	2	5	5	5	5	24
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
53	3	4	3	4	3	3	3	4	27	4	4	3	3	3	3	20
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	3	4	4	4	23
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
57	3	3	4	3	4	4	3	3	27	4	4	3	3	3	4	21
58	4	5	4	5	5	5	5	4	37	5	5	5	4	5	5	29
59	4	4	4	4	5	5	4	4	34	4	4	4	4	4	4	24
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	4	4	4	4	23
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	3	4	4	4	22
64	3	5	4	4	3	4	4	4	31	4	4	3	3	4	4	22
65	3	4	4	4	3	3	2	4	27	4	4	2	2	3	4	19
66	3	4	3	2	2	3	3	4	24	4	4	3	3	3	4	21
67	5	4	5	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	30
68	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	4	5	5	4	4	26
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
70	3	4	3	3	3	3	3	4	26	4	4	3	3	3	4	21
71	4	5	4	5	4	5	5	5	37	5	5	5	5	5	5	30
72	3	3	3	3	3	3	3	5	26	3	4	3	3	3	4	20
73	4	4	4	4	4	4	4	1	29	3	4	3	3	4	4	21
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
75	5	4	4	5	4	5	4	5	36	4	3	4	4	4	4	23
76	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	3	3	4	4	22
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
79	4	4	4	4	3	4	4	3	30	3	4	4	4	4	4	23
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	4	3	3	3	20

KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN (X2)										KEPUASAN PELANGGAN (Y)						
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TTL	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	TTL
81	4	3	3	3	4	4	4	4	29	3	4	3	4	3	4	21
82	4	4	3	4	3	3	4	4	29	4	3	4	4	4	4	23
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
84	5	5	4	5	4	4	5	4	36	5	4	4	5	5	4	27
85	3	2	4	4	3	3	3	4	26	4	4	4	4	4	4	24
86	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	4	4	4	26
87	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	5	4	4	4	4	25
88	4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	24
89	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	3	4	4	4	22
90	4	3	4	4	4	4	3	4	30	4	5	4	5	5	4	27
91	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
92	5	5	4	4	4	4	5	5	36	4	5	5	4	5	5	28
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
94	4	4	4	4	4	4	5	4	33	5	4	4	5	4	5	27
95	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	30
96	5	5	4	4	5	5	5	4	37	5	5	5	5	5	5	30
97	5	4	5	5	5	5	5	4	38	4	4	4	4	5	5	26
98	4	4	5	5	4	4	5	5	36	5	5	4	5	5	5	29
99	5	4	5	5	5	4	5	4	37	5	4	5	4	5	5	28
100	4	4	4	4	4	4	5	5	34	4	5	4	5	5	5	28

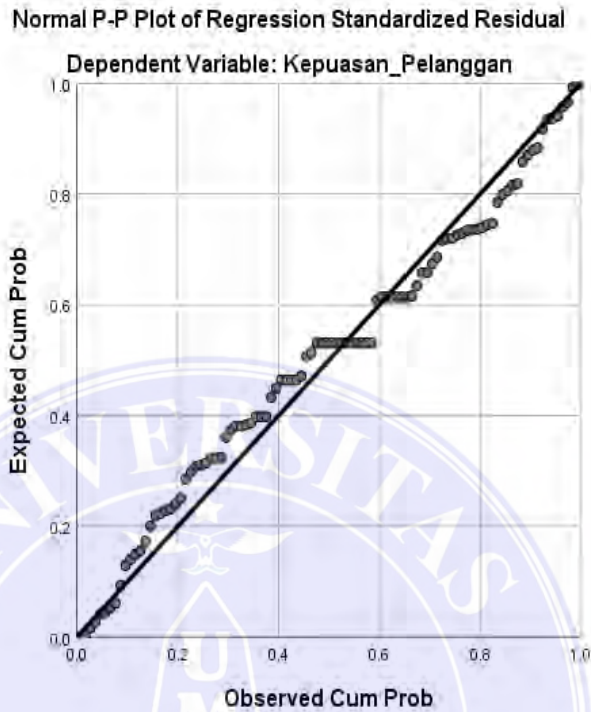
### Lampiran 5 : Hasil Uji Asumsi Klasik

#### 1. Hasil Uji Normalitas

#### Grafik Histogram



2. Probability Plot

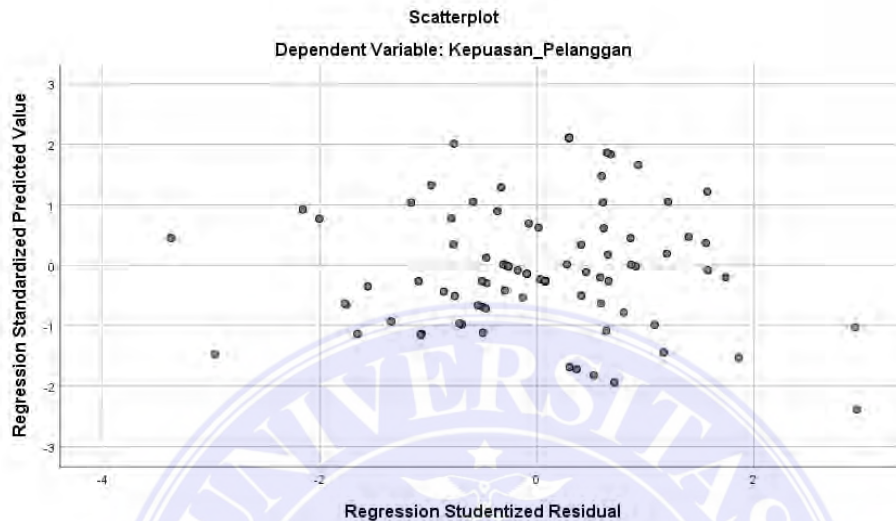


3. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.328	1.896		.700	.485		
	Kualitas Pelayanan	.290	.085	.350	3.407	.001	.334	2.990
	Ketepatan Waktu Pengiriman	.356	.070	.469	5.080	.000	.414	2.416
	Fasilitas_Tracking Sistem	.077	.096	.065	.806	.422	.538	1.859

a. Dependent Variable : Kepuasan Pelanggan

4. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 6 : Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)		1.328	1.896		.700	.485
	Kualitas Pelayanan		.290	.085	.350	3.407	.001
	Ketepatan Waktu Pengiriman		.356	.070	.469	5.080	.000
	Fasilitas_Tracking Sistem		.077	.096	.065	.806	.422

Lampiran 7 : Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Parsial t

Coefficients <sup>a</sup>							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)		1.328	1.896		.700	.485
	Kualitas Pelayanan		.290	.085	.350	3.407	.001
	Ketepatan Waktu Pengiriman		.356	.070	.469	5.080	.000

	Fasilitas_Tracking Sistem	.077	.096	.065	.806	.422
--	---------------------------	------	------	------	------	------

## 2. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressio n	559.120	3	186.373	62.587	.000 <sup>b</sup>
	Residual	285.870	96	2.978		
	Total	844.990	99			


a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

## Lampiran 8 : Hasil Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 <sup>a</sup>	.662	.651	1.726

a. Predictors: (Constant), Fasilitas\_Tracking\_Sistem, Ketepatan\_Waktu\_Pengiriman, Kualitas\_Pelayanan

## Lampiran 9 : Surat zin Penelitian



**UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998  
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331  
Email : univ\_medanarea@uma.ac.id Website:uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas:ekonomi@uma.ac.id

---

Nomor : 147 /FEB /01.1/ II /2024 27 Februari 2024  
Lamp : -  
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,  
**Pimpinan JNE Cabang Krakatau Medan**

Dengan hormat,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :


**N a m a** : IMMANUEL YUSUF  
**NPM** : 208320252  
**Program Studi** : **Manajemen**  
**Judul** : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Krakatau Medan**

Untuk diberi surat izin mengambil data pada kantor yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

**A.n Kaprodi**  
Kepala Bidang Minat Bakat Dan Inovasi  
Program Studi Manajemen




**A.n Kaprodi, SE, M.Si**

**Tembusan :**

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertiagal

## Lampiran 10 : Surat Balasan Penelitian



Medan, 08 Maret 2024

Nomor : 03/HC/JNE-MES/III/2024  
Hal : Konfirmasi Izin Research / Survey

Kepada Yth :

**Bpk/Ibu,**  
**Ka. Prodi Manajemen**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Medan Area**  
di –  
Tempat

Dengan Hormat,


Sehubungan dengan surat pengantar dari Ka. Prodi Fak. Ekonomi dan Bisnis UMA dengan No. 147/FEB/01.1/II/2024 tanggal 27 Februari 2024 perihal Izin Research / Survey mahasiswa a.n :

No.	Nama	NIM	Program Studi
1	Immanuel Yusuf	208320252	Manajemen


Bersama dengan ini kami sampaikan bahwa nama di atas benar **telah diizinkan** melakukan **Research / Survey di PT. JNE Cab. Medan.**

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami



**M. Arif Taufik**  
HC Development & Enggagement Unit Head  
PT. JNE Medan



---

MEDAN BRANCH OFFICE : Jl. Brigjend Khatams No. 523 E, Simpang Pelangi, Medan - Sumatera Utara. Phone. ( 061 ) 3000 3888  
Head Office : PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir, Jl. Tomang Raya No 11, Jakarta Barat, 11440, Indonesia  
Phone: 10211 5665262, Fax: 10211 5671413, Customer Care: 167 211 2927 8888  
E-mail: customer.care@jne.co.id | www.jne.co.id

Connecting Happiness

## Lampiran 11: Surat Selesai Riset



9

Medan, 18 April 2024

Nomor : 01/HC/JNE-MES/IV/2024  
Hal : Konfirmasi Selesai Research / Survey

Kepada Yth :

Bpk/Ibu,  
Kaprodi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Medan Area

di –  
Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat pengantar dari Kepala Bidang Minat Bakat dan Inovasi Prodi Manajemen dengan nomor surat No. 147/FEB/01.1/II/2024 pada 27 Februari 2024 perihal Surat Izin Research/Survey mahasiswa a.n :

No.	Nama	NIM	Program Studi
1	Immanuel Yusuf	208320252	Manajemen

Bersama dengan ini kami sampaikan bahwa nama di atas benar **telah selesai** melakukan **Research / Survey di PT. JNE Cab. Medan.**

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,



**M. Arif Taufik**  
HC Development & Engagement Unit Head  
PT. JNE Medan

MEDAN BRANCH OFFICE : Jl. Brijiend Katamso No. 523 E, Simpang Pelangi, Medan - Sumatera Utara. Phone. | 061 | 3000 3888  
Head Office : PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir, Jl. Tomang Raya No.11, Jakarta Barat, 11440, Indonesia  
Phone: |021| 5645262, Fax: |021| 5671413, Customer Care: |62-21| 2927 8888  
E-mail: customercare@jne.co.id | www.jne.co.id

Connecting Happiness

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 5/12/24

Access From (repository.uma.ac.id)5/12/24