

PENGARUH KETEPATAN WAKTU DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA PENGIRIMAN SHOPEE EXPRESS KOTA PASURUAN

Farhanah Salsabila Putri¹, A. Ratna Pudyaningsih², M. Tahajjudi Ghifary³

Universitas Merdeka Pasuruan

e-mail: farhanahputri05@gmail.com¹, ratnaend@gmail.com², ghifary.one@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh ketepatan waktu dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Teknik yang digunakan untuk mengambil sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode non probability sampling, dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan jumlah sampel 55 responden. Pengujian hipotesis mengenai ketepatan waktu dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman Shopee Express Kota Pasuruan. Pada Uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar (78,309) dan Ftabel (0,317) dan nilai signifikan 0,000 0,05. Nilai koefisien determinan (R^2) pada penelitian sebesar 0,751 dapat dikatakan bahwa variabel bebas memberikan pengaruh terhadap variabel terikat sebesar 75,1% sedangkan sisanya 24,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Variabel Ketepatan waktu dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman Shopee Express Kota Pasuruan. Artinya ketepatan waktu dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman Shopee Express Kota Pasuruan.

Kata kunci: Ketepatan waktu, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

Article History

Received: Juli 2024

Reviewed: Juli 2024

Published: Juli 2024

Plagirism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Pendahuluan

Shopee Express adalah layanan jasa yang disediakan oleh *platform* Shopee sebagai upaya untuk memberikan layanan yang mudah dan nyaman bagi pengguna Shopee. Shopee Express berdiri pada tahun 2018 perusahaan tersebut juga mempunyai trobosan yaitu beroperasi selama 365 hari sepanjang tahun tiada henti. Terdapat beberapa layanan yang ditawarkan oleh Shopee Express yaitu: Pengiriman Standard, Pengiriman Sameday, Pengiriman Instant, Pengiriman Hemat, dan Pengiriman ambil ditempat. Shopee Express sudah tersebar luas di Indonesia dengan jumlah kantor (Gudang) 378.414. Shopee Express tersebar luas di seluruh kota di Indonesia, salah satunya di Pasuruan dengan jumlah 6 kantor (Gudang).

Namun belakangan ini Shopee Express menjadi sorotan dikarenakan terdapat pengiriman paket yang tidak sesuai dengan estimasi waktu yang telah ditentukan. Hal tersebut terjadi karena fitur pengiriman Shopee Express tidak dapat dinonaktifkan karena jasa pengiriman tersebut telah diaktifkan oleh pihak Shopee. Sehingga penjual di shopee tidak memiliki pilihan lain dan menyebabkan banyak pelanggan Shopee Express mengeluh atas ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan. Menurut Trisetiawan (2014) Ketepatan waktu pengiriman merupakan kemampuan dalam mengirimkan barang sesuai dengan tanggal yang telah disepakati dan kemampuan dalam menangani masalah-masalah transportasi. Disamping waktu yang sesuai dengan tanggal yang ditentukan, jumlah barang yang dipesan oleh konsumen harus sesuai dengan apa yang

dikirimkan. Tidak hanya ketepatan waktu saja yang dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen, kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dikarenakan pada jasa layanan shopee express tersebut banyak konsumen yang mengeluh atas kualitas pelayanan yang buruk seperti: kurir kurang sopan dalam mengantarkan paket kepada konsumen, beberapa paket konsumen hilang, dan kurir bersikap kurang ramah. Prihandoyo (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan guna memenuhi keinginan konsumen.

Tinjauan Pustaka

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen yaitu reaksi dari seorang pelanggan mengenai sebuah kebutuhan, kepuasan juga merupakan evaluasi mengenai ciri keistimewaan produk atau layanan jasa yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen (Ho & Sugiharto, 2017). Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah bentuk harapan atau ekspektasi konsumen mengenai barang atau jasa yang digunakan, dengan harapan yang tinggi pada barang atau layanan jasa agar konsumen merasa puas dan senang sehingga konsumen tersebut akan mengkonsumsi barang atau layanan jasa itu kembali.

Siddiq (2020:3) berpendapat bahwa kepuasan konsumen merupakan sebuah rasa senang suka atau kecewa seorang pelanggan setelah mengetahui kinerja yang dipikirkan atau kinerja yang diharapkan. Kepuasan ada karna pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku yang diberikan perusahaan penyedia jasa. Konsumen akan merasa puas apabila perusahaan mampu memberikan apa yang diinginkan oleh konsumen dapat terpenuhi. Kepuasan konsumen juga sebuah harapan dari pelanggan yang merupakan keyakinan atau perkiraan pelanggan tersebut tentang apa yang akan diterima dengan ungkapan yang baik secara lisan atau non lisan.

Indikator Kepuasan Konsumen Tjiptono (2019:101):

1. Kesesuaian Harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Bersedia merekomendasi

Ketepatan Waktu

(Sartika *et al.*, 2022) berpendapat bahwa ketepatan waktu pengiriman merupakan kemampuan dalam mengirimkan barang sesuai dengan tanggal yang telah disepakati dan kemampuan dalam menangani masalah-masalah transportasi. Disamping waktu yang sesuai dengan tanggal yang ditentukan, jumlah barang yang dipesan oleh konsumen harus sesuai dengan apa yang dikirimkan. Ketepatan waktu juga merupakan kemampuan seorang pemasok untuk mengirimkan tepat waktu dalam waktu yang minim. Dan mulai mengevaluasi berdasarkan jarak antara pemasok dan perusahaan, kapasitas produksi mereka serta kemahiran historis pekerja untuk mengirimkan tepat waktu (Aminah *et al.* 2017).

Hutasuhut *et al.* (2022), berpendapat bahwa bagi perusahaan ekspedisi, waktu merupakan kendala utama pada proses produksinya, jika waktu tidak digunakan secara efektif maka perusahaan akan kehilangan keuntungan. Ketepatan waktu pengiriman pada perusahaan jasa yang mengirimkan barang sering berhubungan dengan transportasi yang dapat menghambat proses pengiriman. Sebagai contoh kemacetan saat proses pengiriman dan cuaca yang tidak menentu.

Indikator Ketepatan Waktu Aminah *et al.* (2017) yaitu:

1. Transportasi yang digunakan
2. Estimasi barang yang diterima
3. Jarak yang ditempuh

Kualitas Pelayanan

Arianto (2018:83) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan sebagai focus pada tuntutan pemenuhan syarat serta ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan, semua layanan yang ditawarkan oleh bisnis untuk memuaskan kebutuhan pelanggan tunduk pada standard

kualitas layanan perusahaan. Kualitas pelayanan juga didefinisikan sebagai jarak antara harapan pelanggan dengan kenyataan pelayanan yang mereka terima. Kesan pelanggan atas pelayanan yang benar benar mereka terima dan pelayanan yang mereka harapkan dapat dibandingkan untuk menentukan tingkat kualitas pelayanan (Nafisatin *et al* 2018).

Kualitas pelayanan juga merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan terbaik dan bermutu dibanding perusahaan yang lain dengan tujuan agar para konsumen tersebut dapat memberikan penilaian yang baik dengan kualitas pelayanan yang diperoleh (Rusydi 2017). Kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan untuk memberikan rasa puas atas kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun yang tersirat (Abdullah 2017). Kualitas pelayanan juga memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan atau mengimbangi harapan konsumen.

Indikator Kualitas Pelayanan Rusydi (2017):

1. Bukti fisik (Tangible)
2. Kehandalan (Reliability)
3. Ketanggapan (Responsiveness)
4. Jaminan (Assurance)
5. Empati (Empathy)

Hasil dan Pembahasan

Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Validitas mengacu pada kemampuan instrumen dalam mengukur objek yang diukur. R yang dihitung dari derajat kebebasan ($df = n - 2 = 55 - 2 = 53$) (0,2656) dibandingkan dengan r tabel pada ambang signifikansi 0,05 untuk melakukan uji validitas.

Variabel	Indikator	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Ketepatan Waktu	Transportasi yang digunakan	0,758	0,2656	Valid
	Estimasi barang yang diterima	0,903	0,2656	Valid
	Jarak yang ditempuh	0,781	0,2656	Valid
Kualitas Pelayanan	Bukti Fisik	0,718	0,2656	Valid
		0,735	0,2656	Valid
	Keandalan	0,741	0,2656	Valid
	Ketanggapan	0,768	0,2656	Valid
		0,756	0,2656	Valid
	Jaminan	0,611	0,2656	Valid
		0,834	0,2656	Valid
	Empati	0,735	0,2656	Valid
		0,782	0,2656	Valid
Kepuasan Konsumen	Kesesuaian Harapan	0,613	0,2656	Valid
		0,541	0,2656	Valid
	Minat berkunjung kembali	0,727	0,2656	Valid
	Bersedia merekomendasi	0,706	0,2656	Valid

Dari data tabel diatas diketahui bahwa dari semua item pernyataan yang diajukan kepada responden diperoleh semua pernyataan valid karena r hitung > r tabel. Dengan demikian, dari hasil tersebut valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reabilitas

Saat mengukur suatu fenomena atau kejadian, salah satu teknik untuk menentukan seberapa stabil suatu alat ukur disebut pengujian reliabilitas. Jika responden secara konsisten menjawab

pertanyaan yang sama pada kuesioner sepanjang waktu, hal ini dianggap dapat diandalkan. Keputusan tentang uji reliabilitas didasarkan pada hal-hal berikut:

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Reliability
Ketepatan Waktu	0,748	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,896	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,533	Reliabel

Pada tabel diatas dapat diketahui hasil uji reabilitas bahwa semua variabel memiliki koefisien nilai Alpha yang cukup besar diatas 0,60. Sehingga dapat disimpulkan masing-masing variabel dari kuisisioner dapat dikatakan realibel yang berarti bahwa kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuisisioner yang realibel atau handal.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

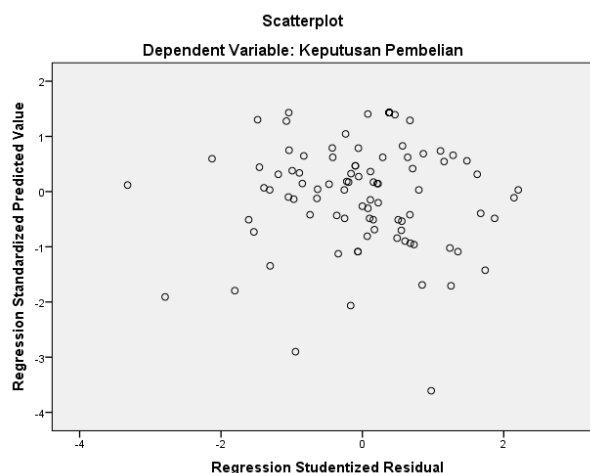
Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel terikat model regresi mempunyai kontribusi normal atau tidak. Keputusan uji normalitas didasarkan pada hal-hal berikut:

Kriteria	Nilai	Keterangan
Kolmogrov Smirnov	0,064	Residual berdistribusi
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200	normal

Tabel diatas menunjukkan bahwa temuan metode Kolmogrov Smirnov untuk uji normalitas menghasilkan nilai 0,064 dan Asymp (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05. Data tersebut kemudian dianggap berdistribusi teratur berdasarkan kriteria dasar uji normalitas seperti yang disebutkan di atas.

b. Uji Heteroskedastitas

Model regresi yang baik menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketimpangan varian residu dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya yang bernilai konstan. Grafik yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot sebagai berikut:



Titik-titik pada grafik di atas terdistribusi secara acak, tidak menunjukkan pola yang terlihat, dan tersebar di atas dan di bawah nol sumbu Y, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas.

c. Uji Linearitas

Untuk mengetahui akurat atau tidaknya spesifikasi model yang digunakan uji linieritas. Tujuan dari uji linieritas adalah untuk memastikan ada atau tidaknya hubungan linier antara dua variabel, atau seberapa linier data tersebut. Untuk analisis regresi linier atau korelasi, pengujian ini diperlukan adanya hubungan linier antara kedua variabel dapat diketahui jika nilainya lebih besar dari 0,05

Variabel	<i>Deviation from Linearity</i>	Keterangan
Ketepatan waktu	1,498	Linear
Kualitas pelayanan	0,820	

Berdasarkan tabel ketepatan waktu memperoleh nilai signifikan adalah 1,498 berarti dalam hal ini signifikan lebih besar dari α ($1,498 > 0,05$), dan kualitas pelayanan memperoleh nilai signifikan adalah 0,820 berarti dalam hal ini signifikan lebih besar dari α ($0,820 > 0,05$), sehingga kita dapat diketahui bahwa ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen memiliki hubungan yang linear atau berpola linear.

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Berganda

Pengaruh Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>		Sig.	Keterangan
	Nilai Koefisien Regresi (β)	Std. Error		
Konstanta	3.720	1.068	0.001	pengaruh positif
Ketepatan Waktu (X1)	0.256	0.102	0.015	
Kualitas Pelayanan (X2)	0.270	0.035	0.000	

Berdasarkan tabel diatas bias diketahui persamaan regresi linier berganda variabel Ketepatan Waktu (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebagai berikut:

$$Y = 3.720 + 0.256X_1 + 0.270X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi dari masing-masing variabel

X1 = Ketepatan Waktu

X2 = Kualitas Pelayanan

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta pada dari hasil regresi sebesar 3.720 yang artinya bahwa apabila variabel ketepatan waktu dan kualitas pelayanan dalam model tersebut di asumsikan memiliki nilai 0, maka angka kepuasan konsumen bernilai 3.720.

2. Koefisien variabel ketepatan waktu (X1) memberikan nilai sebesar 0.256 yang berarti bahwa jika variabel ketepatan waktu (X1) mengalami kenaikan 1%, maka nilai variabel kepuasan konsumen (Y) mengalami kenaikan 0.256.

3. Koefisien variabel kualitas pelayanan (X2) memberikan nilai sebesar 0.270 yang berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X2) mengalami kenaikan 1%, maka nilai variabel kepuasan konsumen (Y) mengalami kenaikan 0.270.

Uji Simultan (Uji F)

Pengaruh Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel Bebas	Variabel Terikat	F hitung	F tabel	Sig.
Ketepatan Waktu (X1)	Kepuasan Konsumen (Y)	78,309	0,317	0,000
Kualitas Pelayanan (X2)				

Dapat disimpulkan Uji simultan ini menghasilkan Fhitung sebesar $78,309 > 0,317$ berdasarkan tabel. pada tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa meskipun H0 ditolak, H1 diterima, yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh ketepatan waktu (X1) dan kualitas layanan (X2).

Uji Parsial (Uji T)

Ringkasan Hasil Uji Parsial (Uji t) Variabel Ketepatan Waktu

Variabel Dependen	Variabel Independen	thitung	Ttabel	Sig.
Kepuasan Konsumen (Y)	Ketepatan waktu (X1)	2,505	2,00575	0,015

Nilai thitung yang diperoleh dari variabel ketepatan waktu (X1) sebesar $2,505 > 2,00575$ seperti terlihat pada tabel sebelumnya. Dengan demikian dapat dikatakan H0 ditolak dan H1 disetujui berdasarkan variabel ketepatan waktu (X1). Hal ini didukung dengan nilai signifikansi ketepatan waktu (X1) yang diperoleh sebesar $0,015 < 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa ketepatan waktu (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Ringkasan Hasil Uji Parsial (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel Dependen	Variabel Independen	thitung	ttabel	Sig.
Kepuasan Konsumen (Y)	Kualitas Pelayanan (X2)	7,684	2,00575	0,000

Nilai hitung yang diperoleh dari variabel kualitas pelayanan (X2) adalah $7,684 < 2,00575$, seperti terlihat pada tabel sebelumnya. Dengan demikian, dapat dikatakan H0 ditolak sedangkan H1 disetujui. Nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$ mendukung hal tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan (X2).

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Dari hasil penelitian dan pengujian dapat dijelaskan dari masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Pengaruh Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa pengiriman Shopee Express Kota Pasuruan

Pengujian hipotesis mengenai ketepatan waktu dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman Shopee Express Kota Pasuruan. Pada Uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar (78,309) dan Ftabel (0,317) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Yang artinya bahwa hipotesis dalam penelitian tersebut H0 ditolak dan H1 diterima. Nilai koefisien determinan (R^2) pada penelitian sebesar 0,751 dapat dikatakan bahwa variabel bebas memberikan pengaruh terhadap variabel terikat sebesar 75,1% sedangkan sisanya 24,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Ketepatan waktu dan Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh layanan jasa Shopee Express yang berkaitan dengan beberapa indikator cukup memberikan respon baik dari konsumen, dibuktikan dari nilai rata-rata jawaban dari responden. Pada variabel ketepatan waktu nilai rata-rata yang didapatkan dari responden sejumlah 4,13% dimana hasil dari nilai tersebut mendapatkan respon baik dari para konsumen. Selanjutnya variabel kualitas pelayanan nilai rata-rata yang didapatkan berjumlah 3,98% hasil dari nilai tersebut mendapatkan respon baik dari para konsumen. Konsumen yang menggunakan layanan jasa pengiriman Shopee Express rata-rata berusia 17-25 tahun dan paling banyak berjenis kelamin perempuan dibandingkan dengan laki-laki, untuk kelurahan yang paling banyak menggunakan layanan jasa tersebut

adalah kelurahan Purworejo, dan pendidikan terakhir yang sering menggunakan layanan jasa Shopee Express adalah SMA/SMU/Sederajat dibanding dengan yang lain dengan status pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa dan pendapatan yang diperoleh <Rp1.000.000 dibanding dengan pendapatan yang lain.

Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan menunjukkan hasil yang signifikan, hal tersebut terjadi dikarenakan ketepatan waktu dan kualitas pelayanan berperan penting terhadap kepuasan konsumen. Yang artinya dengan adanya ketepatan waktu dan kualitas pelayanan yang baik, maka kepuasan konsumen akan meningkat. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zaenab Wulandari dan Novia Sevtiani (2022) berjudul "Pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Express Karawang" dengan hasil Kualitas pelayanan dan ketepatan waktu memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 > 0,05$ yang artinya kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan jasa JNE Express.

2. Pengaruh Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa pengiriman Shopee Express Kota Pasuruan

Pengujian hipotesis ketepatan waktu dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel Ketepatan waktu memiliki nilai koefisien positif 0,256 maka nilai variabel kepuasan konsumen (Y) mengalami kenaikan 0.256. Koefisien bernilai positif berarti hubungan positif antara variabel ketepatan waktu (X1) dengan variabel kepuasan konsumen (Y). Semakin besar nilai variabel ketepatan waktu (X1) maka semakin meningkat nilai variabel kepuasan konsumen (Y) tersebut. Hasil uji t pada variabel ketepatan waktu diperoleh nilai thitung (2,505) dan ttabel (2,00575) dengan nilai signifikansi $0,015 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga ketepatan waktu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Ketepatan waktu yang diberikan oleh layanan jasa Shopee Express yang berkaitan dengan transportasi yang digunakan, estimasi barang yang diterima, dan jarak yang ditempuh mendapatkan respon baik oleh para konsumen. Dibuktikan dengan transportasi yang digunakan mendapatkan nilai 4,21%, estimasi barang yang diterima mendapatkan nilai 4,10%, dan jarak yang ditempuh mendapatkan nilai 4,10%. Hal tersebut cukup memberikan kesan yang positif terhadap kepuasan konsumen.

Ketepatan waktu pengiriman adalah waktu saat konsumen memesan sebuah produk sampai dengan konsumen tersebut menerima produk. Menurut (Melisari *et al.*, 2022) adalah ketika pesanan terkirim secara lengkap dan tepat pada waktu yang telah disepakati oleh konsumen dan toko sebelum tanggal yang disepakati. Perkiraan kedatangan barang tersebut sering kali menjadi tolak ukur konsumen dalam menilai suatu jasa pengiriman karena dengan adanya waktu yang ditentukan konsumen dapat memperkirakan kapan produk tersebut sampai ketangan konsumen (Berliana *et al.*, 2020).

Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Artati dan Sri Ernawati (2022) berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada J&T Express Kota Bima" dengan hasil penelitian Hasil dari hipotesis H2 menyatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada J&T Kota Bima diterima.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa pengiriman Shopee Express Kota Pasuruan

Pengujian hipotesis kualitas pelayanan dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien positif 0,270 yang berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X2) mengalami kenaikan 1%, maka nilai variabel kepuasan konsumen (Y) mengalami kenaikan 0,270. Koefisien bernilai positif berarti hubungan positif antara variabel kualitas pelayanan (X2) dengan variabel kepuasan konsumen (Y). Semakin besar nilai variabel kualitas pelayanan (X2) maka semakin meningkat nilai variabel kepuasan konsumen (Y) tersebut. Hasil uji t pada variabel ketepatan waktu diperoleh nilai thitung (7,684) dan ttabel (2,00575) dengan nilai signifikansi $0,015 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa

H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh layanan jasa Shopee Express yang berkaitan dengan bukti fisik, ketanggapan, jaminan, asuransi, dan keandalan mendapatkan respon baik dari para konsumen. Dibuktikan dengan bukti fisik mendapatkan nilai 3,88%, ketanggapan mendapatkan nilai 4,15%, jaminan mendapatkan nilai 3,81%, asuransi mendapatkan nilai 4,14%, dan keandalan mendapatkan nilai 3,90%. Hal tersebut cukup memberikan kesan yang positif terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan juga merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan terbaik dan bermutu dibanding perusahaan yang lain dengan tujuan agar para konsumen tersebut dapat memberikan penilaian yang baik dengan kualitas pelayanan yang diperoleh (Rusydi 2017). Kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan untuk memberikan rasa puas atas kebutuhan pelanggan yang dinyatakan maupun yang tersirat (Abdullah 2017). Kualitas pelayanan juga memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan atau mengimbangi harapan konsumen.

Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sri Wahyuni Nasution dan Fitri Ayu Novirda (2020) berjudul "Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pekanbaru" dengan hasil Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan dapat dikatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai peran terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul "Pengaruh ketepatan waktu dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman Shopee Express Kota Pasuruan" dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Ketepatan waktu dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman Shopee Express Kota Pasuruan. Artinya ketepatan waktu dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman Shopee Express Kota Pasuruan. Nilai koefisien determinan yang diperoleh sebesar 75,1% dan nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,751. Hasilnya, model yang dikembangkan menunjukkan bahwa 75,1% kepuasan konsumen dikendalikan oleh faktor ketepatan waktu dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 24,9% dipengaruhi oleh variabel yang tidak dimasukkan dalam penelitian.
2. Variabel Ketepatan Waktu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman Shopee Express Kota Pasuruan. Hasil dari pengujian ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa ketepatan waktu memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan pengguna layanan jasa Shopee Express. Hal tersebut terjadi karena pada indikator ketepatan waktu terdapat item pertanyaan Estimasi barang yang diterima dan jarak yang ditempuh. Dengan nilai koefisien variabel ketepatan waktu (X1) memberikan nilai sebesar 0.256 yang berarti bahwa jika variabel ketepatan waktu (X1) mengalami kenaikan 1%, maka nilai variabel kepuasan konsumen (Y) mengalami kenaikan 0.256. Koefisien bernilai positif berarti hubungan positif antara variabel ketepatan waktu (X1) dengan variabel kepuasan konsumen (Y).
3. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman Shopee Express Kota Pasuruan. Hasil dari pengujian kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang positif terhadap pengguna layanan jasa pengiriman Shopee Express. Hal tersebut terjadi karena pada indikator Kualitas pelayanan terdapat item pertanyaan Jaminan dengan pernyataan "Shopee Express memberikan jaminan atas paket yang hilang".

Dengan nilai koefisien variabel kualitas pelayanan (X2) memberikan nilai sebesar 0.270 yang berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X2) mengalami kenaikan 1%, maka nilai variabel kepuasan konsumen (Y) mengalami kenaikan 0.270. Koefisien bernilai positif berarti hubungan positif antara variabel kualitas pelayanan (X2) dengan variabel kepuasan konsumen (Y).

Saran

1. Bagi layanan jasa Shopee Express
Dari hasil penelitian yang dilakukan pada variabel ketepatan waktu dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen perlu diperhatikan terkait beberapa hal yang harus ditingkatkan oleh pihak layanan jasa terkait antara lain:
 - a) Estimasi barang yang diterima dan jarak yang ditempuh pada variabel ketepatan waktu harus ditingkatkan dikarenakan pada indikator tersebut konsumen kurang puas terhadap estimasi barang yang diterima dengan waktu yang ditentukan, oleh karena itu pihak layanan jasa harus memberikan informasi lebih lanjut apabila paket datang terlambat dan tidak tepat waktu sesuai dengan waktu yang ditentukan. Selain itu jarak yang ditempuh perlu diperhatikan oleh pihak layanan jasa dikarenakan paket yang dikirimkan shopee express tidak selalu datang tepat waktu.
 - b) Variabel kualitas pelayanan, layanan jasa harus lebih memperhatikan jaminan, dikarenakan pada jaminan tersebut konsumen kurang puas atas paket yang hilang dan bagi pihak layanan jasa harus memberikan pertanggung jawaban kepada konsumen atas paket yang hilang atau mengganti paket konsumen tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan dijadikan sumber dan masukan dalam pengembangan penelitian yang akan datang.

Daftar Pustaka

- Aminah, Rafani, Y., & Hariyani. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pangkalpinang). 17(September), 49–61.
- Arikunto, S. (2020). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Berliana, P. N., Suharyati, & Handayani, T. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Jne Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan). Prosiding Biema, 1, 440-456.
- Dasriwahyu, D. (2020). "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen." Proceedings Progress Conference. Vol. 1. No. 1.
- Ho, P. K., & Sugiharto, S. (2017). Analisa Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Celebrity Fitness Center Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(2), 11.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/6041>
- Hutasuhut, N. A., Sahputra, N., & Firah, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Harco Nancy Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2), 41–53. %0Aalfirah86@dharmawangsa.ac.id
- Melisari, Farida, E., & Millaninyas, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Kepercayaan Layanan J&T Express Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Marketplace (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma). *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 1(5), 41–49.
- Sartika, Lusiah, & Ginting, R. S. (2022). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang Di JNE (STUDI KASUS PADA PT. JNE KATAMSO MEDAN). *Ilmiah Kohesi*, 6(1), 88–100.

- Ho, P. K., & Sugiharto, S. (2017). Analisa Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Celebrity Fitness Center Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 4(2), 11.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/6041>
- Hutasuhut, N. A., Sahputra, N., & Firah, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen pada CV. Harco Nancy Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2), 41–53. %0Aalfirah86@dharmawangsa.ac.id
- Melisari, Farida, E., & Millaningtyas, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Kepercayaan Layanan J&T Express Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Marketplace (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma). *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*, 1(5), 41–49.
- Sartika, Lusiah, & Ginting, R. S. (2022). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang Di JNE (STUDI KASUS PADA PT. JNE KATAMSO MEDAN). *Ilmiah Kohesi*, 6(1), 88–100.
- Wulandari, . Z. ., & Sevtiani, N. . (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Express Karawang. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 10559–10565.
- Andriansyah. (2015). Manajemen Transportasi Dalam Kajian dan Teori. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof.Dr. Moestopo Beragama
- Fandy, Tjiptono. 2011. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta: Andi Fandy, Tjiptono. Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian.), Yogyakarta : Andi ,2014). Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariaget dengan Program SPSS. Semarang :UNDIP. Hurriyati, R. (2014). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung : Alfabeta. Irawan, Handi. 2009. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Jakarta : Elek Media Komputindo
- Lewis & Boom (2012). Service, Quality & Satisfaction. Edisi ke 3. Fandy Tjiptono& Gregorius Chandra, Yogyakarta: Penerbit Andi