



Pengaruh Kualitas Layanan Logistik, Ketepatan Waktu dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cikarang Selatan

Cecep Ramdani^{1*}, Muhammad Kosim², dan Adibah Yahya³

¹ Universitas Pelita Bangsa; Kota Bekasi, Jawa Barat; e-mail : cecepr206@gmail.com

² Universitas Pelita Bangsa; Kota Bekasi, Jawa Barat; e-mail : muhammadkosim@pelitabangsa.ac.id

³ Universitas Pelita Bangsa; Kota Bekasi, Jawa Barat; e-mail : Adibah.yahya@pelitabangsa.ac.id

* Corresponding Author : Cecep Ramdani

Abstract: This study aims to analyze the effect of logistics service quality, on-time delivery, and facilities on JNE customer satisfaction in South Cikarang. The methodology used is a quantitative approach with data collection through questionnaires to 81 respondents, and data analysis using SEM (Structural Equation Modeling) techniques with the SmartPLS 3.0 application. The results of the study indicate that on-time delivery and facilities have a positive and significant effect on customer satisfaction, while the quality of logistics services does not have a significant effect. This study emphasizes the importance of on-time delivery and the provision of adequate facilities in increasing customer satisfaction levels. This study also shows that the development of information technology simplifies the service process and improves customer experience in logistics services.

Keywords: JNE Logistics Service Quality, Punctuality, Facilities and Customer Satisfaction

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan logistik, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan JNE di Cikarang Selatan. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner terhadap 81 responden, serta analisis data menggunakan teknik SEM (Structural Equation Modeling) dengan aplikasi SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketepatan waktu dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara kualitas layanan logistik tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Penelitian ini menegaskan pentingnya ketepatan waktu pengiriman dan penyediaan fasilitas yang memadai dalam meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa perkembangan teknologi informasi mempermudah proses pelayanan dan meningkatkan pengalaman pelanggan dalam layanan logistik.

Kata kunci: Kualitas Layanan Logistik, Ketepatan Waktu, Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan JNE

Received: 29 April 2025

Revised: 10 May 2025

Accepted: 27 June 2025

Published: 30 June 2025

Curr. Ver.: 30 June 2025



Copyright: © 2025 by the authors.
Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

1. Pendahuluan

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti ditemukan beberapa masalah didalamnya yaitu, dari kualitas layanan yang masih kurang responsif terhadap pelanggan serta kurir yang masih kurang cepat tanggap terhadap permasalahan yang dirasakan oleh para pelanggan JNE contohnya yaitu: penundaan pengiriman barang oleh kurir, keterlambatan pengiriman barang oleh kurir, sulit menghubungi kurir untuk menanyakan posisi barang saat delivery sehingga sulit untuk mendapatkan informasi yang jelas tentang status pengiriman barang serta kendala operasional, seperti cuaca buruk atau gangguan lalu lintas [1]. Selain itu juga ada beberapa dari pelanggan yang menyatakan bahwa biaya pengiriman pada JNE mahal

dibandingkan dengan biaya pengiriman pada ekspedisi lain walaupun dengan selisih yang sedikit terutama untuk ke daerah-daerah terpencil, hal ini menyebabkan pelanggan sesekali beralih ke perusahaan jasa pengiriman lain yang menawarkan biaya pengiriman yang lebih terjangkau. Adapun tabel rincian biaya pengiriman pada JNE Cikarang Selatan dibawah ini yaitu:

Tabel 1. Data Pelanggan JNE Cikarang Selatan

Tahun	Jumlah Pelanggan	Presentase Perubahan %
2021	2.589	14.46%
2022	4.180	23.35%
2023	5.876	32.82%
2024	5.257	29.37%
Total	17.902	100%

Sumber : JNE Cikarang Selatan

Pada tabel 1.1 menjelaskan bahwa jumlah pelanggan yang menggunakan layanan JNE menggunakan jasa kurir pengiriman paket dan barang JNE cabang utama padang mengalami fluktuasi. Dapat dilihat pada tahun 2021 jumlah pelanggan JNE Cikarang Selatan adalah sebesar 2.589 dan mengalami kenaikan sampai tahun 2022 sebanyak 4.180 pelanggan, pada tahun 2023 mengalami kenaikan menjadi 5.876 pelanggan sedangkan pada tahun 2024 mengalami penurunan menjadi 5.257. Sehubungan dengan kondisi berpotensi mempengaruhi tidak tercapainya target produksi di JNE ini adalah relationship marketing yang kurang kondusif yang diberikan kepada karyawan serta kualitas pelayanan yang relative kurang efisien terhadap waktu pengiriman barang yang memungkinkan menimbulkan persepsi pelanggan puas atau tidaknya pada pengiriman JNE Kota Padang. Loyalitas pelanggan dapat menimbulkan persepsi pelanggan dengan adanya kesalahan atau kerusakan pada barang yang tidak dapat menurunkan hubungan terhadap pelanggan maupun meningkatkan kesan yang kurang baik terhadap JNE [2].

Kepuasan pelanggan dapat dianggap sebagai reaksi emosional yang bisa mencerminkan kebahagiaan atau ketidakpuasan yang dirasakan oleh para pelanggan. Hal ini bergantung pada sejauh mana gambaran produk perusahaan sesuai dengan harapan dan keinginan mereka. Menurut Kotler 2019 [3] Kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Pelanggan menginginkan perusahaan mampu menjamin kerahasiaan data pribadinya yang tidak dapat disebarluaskan ke pengguna lainnya serta konten sensitif seperti kartu kredit, alamat pengiriman dan nomor telepon pelanggan, untuk itu perusahaan harus mampu menghadirkan layanan yang dapat mewujudkan hal tersebut. Menurut Kotler 2005 [4] Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Perbandingan antara harapan dan kinerja tersebut akan menghasilkan perasaan senang atau kecewa di benak konsumen. Apabila kinerja sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka konsumen akan merasa senang atau puas. Sebaliknya apabila kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen akan merasa kecewa atau tidak puas [5]. Menurut Tjiptono (2018:146) [6] ialah rasa puas atau tidaknya seseorang setelah menggunakan dan membandingkannya dengan ekspektasi mereka sebelum menggunakan produk tersebut. Pengaruh tersebut dapat digunakan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan kepuasan pengguna. Melalui penetapan harga yang sesuai dengan harapan konsumen, ketepatan waktu dalam mengirimkan barang, serta memberikan kualitas pelayanan yang baik maka akan berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan penggunaan [7].

Perkembangan teknologi informasi semakin memberikan berbagai kemudahan bagi pelaku bisnis. Hal ini pula membawa perubahan besar dalam praktek pemasaran. Pemasaran

era konvensional telah bertransformasi menjadi era modernisasi. Hal ini ditandai dengan munculnya E-commerce yang berbasis penggunaan internet dengan berbagai aplikasinya. Pertumbuhan dan perkembangan perekonomian suatu negara sangat membutuhkan sarana dan prasarana transportasi yang handal dimana barang-barang hasil produksi perlu untuk didistribusikan ke seluruh pelosok negeri dan dunia [8]. Saat ini jasa pengiriman mengalami peningkatan yang cukup pesat. Menurut Japarianto, 2018 [1] kualitas layanan logistik adalah bentuk tindakan suatu perusahaan dengan mengoptimalkan jaringan barang dan jasa untuk menanggapi kebutuhan dan keinginan barang & jasa konsumen. Kualitas pelayanan elektronik menurut Parasuraman 2019 [9] adalah suatu tingkat sebuah website secara efektif dan efisien memfasilitasi dalam hal berbelanja, melakukan pembelian dan proses penyerahan dari produk dan jasa. Menurut Kotler & Keller (2012) [5] Kualitas layanan yang berbasis elektronik adalah bentuk dan upaya dari perusahaan untuk pemenuhan kebutuhan yang diiringi dengan keinginan pelanggan serta bentuk ketepatan cara penyampaian melalui media elektronik agar dapat memenuhi harapan serta kepuasan pelanggan.

Menurut Pujawan (2002) [10] ketepatan waktu adalah kemampuan supplier mengirim tepat waktu dengan lot pengiriman kecil. Ini akan dinilai jarak antara supplier dengan perusahaan, kapasitas produksi dan kemampuan historis mereka dalam mengirim tepat waktu. Menurut Handoko (2010) [6] ketepatan waktu adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan tersebut baik atau tidak. Menurut Handoko 2018 [3] Ketepatan waktu pengiriman adalah tepatnya pengiriman datang ke konsumen dan kepastian barang yang dipesan bisa datang ke alamat tujuan, sehingga selalu mendapatkan keper. Ketepatan waktu menjadi tumpuan perusahaan agar dapat memperoleh kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Estimasi waktu sampai barang menjadi patokan para pelanggan dalam menilai apakah layanan antar tersebut baik atau tidak. Apabila ketepatan waktu dapat dikelola dengan baik maka akan memberikan kontribusi yang positif terhadap terwujudnya kepuasan pengguna. Semakin tepat waktu perusahaan dalam melakukan pengiriman barang maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggannya [4].

Pemberian fasilitas memegang peranan yang penting dalam perkembangan perusahaan, dimasa-masa yang akan datang. Karenanya perusahaan jasa perlu memberikan fasilitas yang sebaikbaiknya kepada konsumennya [11]. Tujuan dari fasilitas adalah untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen dan diharapkan konsumen akan mau untuk mengulangi lagi membeli jasa yang disediakan oleh perusahaan. Dengan begitu perusahaan telah membentuk suatu kesan yang baik terhadap konsumen sehingga mendorong mereka agar mau berhubungan dengan perusahaan setiap kali mereka membutuhkan jasa yang ada pada perusahaan. Fasilitas menurut Lupiyoadi 2019 [3] ialah hal yang ada di sebuah produk atau jasa yang bisa ditambah atau di hilangkan tanpa merubah kualitas produk atau jasa itu sendiri. Fasilitas juga jadi hal yang jadi pembeda suatu program dengan kompetitor lainnya. Menurut Tjiptono dalam Putranto, fasilitas ialah suatu hal yang memiliki daya fisik yang mana hal tersebut harus ada sebelum adanya pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan. Fasilitas juga bisa berwujud apa saja yang bisa membuat pelanggan mudah untuk merasa puas. Fasilitas menurut Kotler dan Keller dalam Maydiana (2019) [12] adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pelanggan.

2. Kajian Pustaka atau Penelitian Terkait

Kepuasan pelanggan dapat dianggap sebagai reaksi emosional yang bisa mencerminkan kebahagiaan atau ketidakpuasan yang dirasakan oleh para pelanggan. Hal ini bergantung pada sejauh mana gambaran produk perusahaan sesuai dengan harapan dan keinginan mereka. Menurut Kotler 2019 [1] Kepuasan pelanggan ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Menurut Kotler 2005 [2] Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Menurut Tjiptono (2018:146) [3] ialah rasa puas atau tidaknya seseorang setelah menggunakan dan membandingkannya dengan ekspektasi mereka sebelum menggunakan produk tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari konsumen memandang kenyamanan, cara transaksi, dan pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan

atau penyedia layanan. Hal ini mencakup pengalaman keseluruhan konsumen selama berinteraksi dengan bisnis atau organisasi tertentu. Ketika konsumen merasa nyaman, menemui metode transaksi yang mudah dan menerima layanan yang ramah mereka cenderung merasa puas [13].

Logistics Service Quality merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menanggapi kebutuhan dan keinginan barang & jasa konsumen dengan mengoptimalkan jaringan barang dan jasa agar dapat sampai ke konsumen dengan tepat waktu sehingga terjadi kepuasan konsumen atau ekspektasi konsumen terpenuhi (Aditia Sovia Pramudita – Tamadara Hilman - Sri Rezeki Nasution, 2022). Menurut Japarianto, 2018 [1] kualitas layanan logistik adalah bentuk tindakan suatu perusahaan dengan mengoptimalkan jaringan barang dan jasa untuk menanggapi kebutuhan dan keinginan barang & jasa konsumen. Kualitas pelayanan elektronik menurut Parasuraman 2019 [5] adalah suatu tingkat sebuah website secara efektif dan efisien memfasilitasi dalam hal berbelanja, melakukan pembelian dan proses penyerahan dari produk dan jasa. Menurut Kotler & Keller (2012) [5] Kualitas layanan yang berbasis elektronik adalah bentuk dan upaya dari perusahaan untuk pemenuhan kebutuhan yang diiringi dengan keinginan pelanggan serta bentuk ketepatan cara penyampaian melalui media elektronik agar dapat memenuhi harapan serta kepuasan pelanggan.

Banyak konsumen memilih jasa pengiriman terpercaya karena dapat memenuhi dan memberi pelayanan terbaik akan ketepatan waktu pengiriman. Sehingga untuk mencapai kepuasan pelanggan, pihak JNE Express harus memperhatikan ketepatan waktu pengiriman suatu barang. Menurut (Suryanto, 2016) [14] pengiriman barang atau distribusi merupakan sarana yang digunakan untuk memindahkan atau mengirimkan barang dari produsen dengan melalui suatu perantara sampai konsumen menerima barang tersebut, konsumen dalam hal ini disebut sebagai pemakai akhir. Menurut Handoko (2010) [6] ketepatan waktu adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Menurut Handoko 2018 [3] Ketepatan waktu pengiriman adalah tepatnya pengiriman datang ke konsumen dan kepastian barang yang dipesan bisa datang ke alamat tujuan, sehingga selalu mendapatkan keper. Ketepatan waktu menjadi tumpuan perusahaan agar dapat memperoleh kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Fasilitas menurut Lupiyoadi 2019 [3] ialah hal yang ada di sebuah produk atau jasa yang bisa ditambah atau di hilangkan tanpa merubah kualitas produk atau jasa itu sendiri. Fasilitas juga jadi hal yang jadi pembeda suatu program dengan kompetitor lainnya. Menurut Tjiptono dalam Putranto, fasilitas ialah suatu hal yang memiliki daya fisik yang mana hal tersebut harus ada sebelum adanya pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan. Fasilitas juga bisa berwujud apa saja yang bisa membuat pelanggan mudah untuk merasa puas. Fasilitas menurut Kotler dan Keller dalam Maydiana (2019) [7] adalah segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan pelanggan.

Tabel 2. Operasional Variabel

No.	Variabel	Indikator
1	Kepuasan Pelanggan (Y) (Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono) (2016:101)	- Kesesuaian harapan - Minat berkunjung kembali - Ketersediaan merekomendasikan.
2	Kualitas Pelayanan Logistik (X1) (Wolfenbarger dan Gilly dalam Prasetyo) (2015)	- Keandalan/ pemenuhan - Desain situs web - Keamanan/ privasi - Pelayanan pelanggan.
3	Ketepatan Waktu (X2) (Handoko) (2010)	- Ketepatan dalam jasa pengiriman barang - Ketepatan dalam menentukan harga

4 Fasilitas (X3) (Tjiptono, 2018)	- Ketepatan dalam menentukan waktu
	- Pertimbangan/perencanaan
	- Perlengkapan/bacaan
	- Penataan lighting dan warna
	- Kata-kata atau pesan ditunjukkan atau ditampilkan dengan efek grafis

Sumber : data diolah

3. Metode yang Diusulkan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2022) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Data diperoleh dari sumber data primer yaitu kuesioner. Ada pun jumlah sampelnya sebanyak 81 sampel. Teknik sampel yang digunakan pada penelitian ini merupakan teknik non probability sampling yang berarti teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, sedangkan metode yang digunakan yaitu Sampling Jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Layanan Logistik, Ketepatan Waktu dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cikarang Selatan. Dengan tujuan yang didasarkan, data dikumpulkan dengan kuesioner sebanyak 80 responden. Berdasarkan data yang telah terkumpul penulis melakukan analisis data dengan melakukan Uji Kelayakan Data dengan cara Uji Validitas Konvergen, Uji Reabilitas dan Uji Analisis SEM dengan Pasrtial Least Square.

4.1. Karakteristik Responden

Tabel 3 Karakteristik Responden

Karakteristik	Orang	Presentase
Laki – Laki	39	64,6%
Perempuan	42	35,4%
Jumlah	81	100%
19 - 25 tahun	54	66,7%
26 - 30 tahun	17	21%
31 – 40 tahun	10	12,3%
Jumlah	81	100%
SMA/SMK	34	42%
S1	47	58%
Jumlah	81	100%

Sumber : data diolah

4.2. Uji Validitas Konvergen

Indikator penelitian akan dianggap valid jika memiliki nilai outer loading di atas 0.7 pada setiap instrumen. Namun, nilai outer loading sebesar 0.5 masih dianggap cukup (Ghozali, 2006) dalam (Hasrizal & Donard Games, 2023). Ketika nilai outer loading < 0.5 , maka item pertanyaan harus dihilangkan. Namun, ada juga yang menggunakan pedoman < 0.6 , sehingga item pernyataan harus dihilangkan.

Tabel 4. Outer Loading

Variabel		Outer Loading	Keterangan
Kualiatas Layanan Logistik (X1)	X1.1	0.830	Valid
	X1.2	0.815	Valid
	X1.3	0.814	Valid
	X1.4	0.713	Valid
	X1.5	0.785	Valid
	X1.6	0.847	Valid
	X1.7	0.867	Valid
	X1.8	0.892	Valid
Ketepatan Waktu (X2)	X2.1	0.784	Valid
	X2.2	0.793	Valid
	X2.3	0.790	Valid
	X2.4	0.769	Valid
	X2.5	0.763	Valid
	X2.6	0.742	Valid
	X2.7	0.837	Valid

	X2.8	0.804	Valid
	X2.9	0.833	Valid
Fasilitas (X3)	X3.1	0.843	Valid
	X3.2	0.804	Valid
	X3.3	0.809	Valid
	X3.4	0.848	Valid
	X3.5	0.799	Valid
	X3.6	0.855	Valid
	X3.7	0.827	Valid
	X3.8	0.797	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0.845	Valid
	Y1.2	0.819	Valid
	Y1.3	0.770	Valid
	Y1.4	0.726	Valid
	Y1.5	0.809	Valid
	Y1.6	0.778	Valid
	Y1.7	0.830	Valid
	Y1.8	0.803	Valid
	Y1.9	0.791	Valid

Sumber : Smart PLS Data, 2025

4.3. Uji Validitas Diskriminan

Nilai Discriminant Validity adalah nilai cross loading yang berfungsi untuk menentukan apakah suatu konstruk memiliki diskriminan yang memadai. Discriminant Validity dapat

dilihat dari nilai kuadrat Average Variance Extracted (AVE). Discriminant Validity atau nilai korelasi dikatakan tercapai atau valid jika nilai AVE > 0.5 dan nilai korelasi dinyatakan tidak valid jika nilai AVE < 0.5 (Ghozali, 2006 dalam Hasrizal & Donard Games, 2023).

Tabel 5 Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Kualitas Layanan Logistik (X1)	0.676
Ketepatan Waktu (X2)	0.626
Fasilitas (X3)	0.636
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.677

Sumber : Smart PLS Data, 2025

4.4. Uji Reliabilitas Cronbach Alpha & Composite Reliability

Uji reliabilitas dinilai melalui 2 (dua) metode, yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Suatu variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik jika nilai Cronbach's Alpha > 0.6 dan suatu variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik jika nilai Composite Reliability > 0.7 (Ghozali, 2006 dalam Hasrizal & Donard Games, 2023).

Tabel 6. Cronbach Alpha & Composite Reliability

Variable	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Kualitas Layanan Logistik (X1)	0.931	0.943	Reliabel
Ketepatan Waktu (X2)	0.925	0.938	Reliabel
Fasilitas (X3)	0.928	0.940	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.932	0.944	Reliabel

Sumber : Smart Pls Data, 2025

Dalam Tabel 3 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dari semua konstruk > 0.6 , yang berarti bahwa semua konstruk memenuhi kriteria Cronbach's Alpha dan setiap konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai reliabilitas yang tinggi. Suatu variabel dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang baik jika nilai Composite Reliability > 0.7 .

4.5. Analisis Inner Model

Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas, langkah selanjutnya adalah menguji model struktural atau inner model. Analisis Inner Model dapat dinilai melalui uji R-Square. Berikut adalah nilai R-Square dari penelitian ini :

Tabel 7 Uji R Square

Variable	R Square	R Square Adjusted
----------	----------	-------------------

Kepuasan Pelanggan	0.776	0.767
--------------------	-------	-------

Sumber : Smart Pls Data, 2025

Berdasarkan tabel 4.9 diatas menghasilkan nilai R-Square sebesar 0.776 dapat dijelaskan bahwa pengaruh Kualitas Layanan Logistik (X1), Ketepatan Waktu (X2) dan Fasilitas (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memberi nilai 0.776 yang dapat diinterpretasikan bahwa variabel kontruk sebesar 77,6%, sedangkan sisanya 22,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

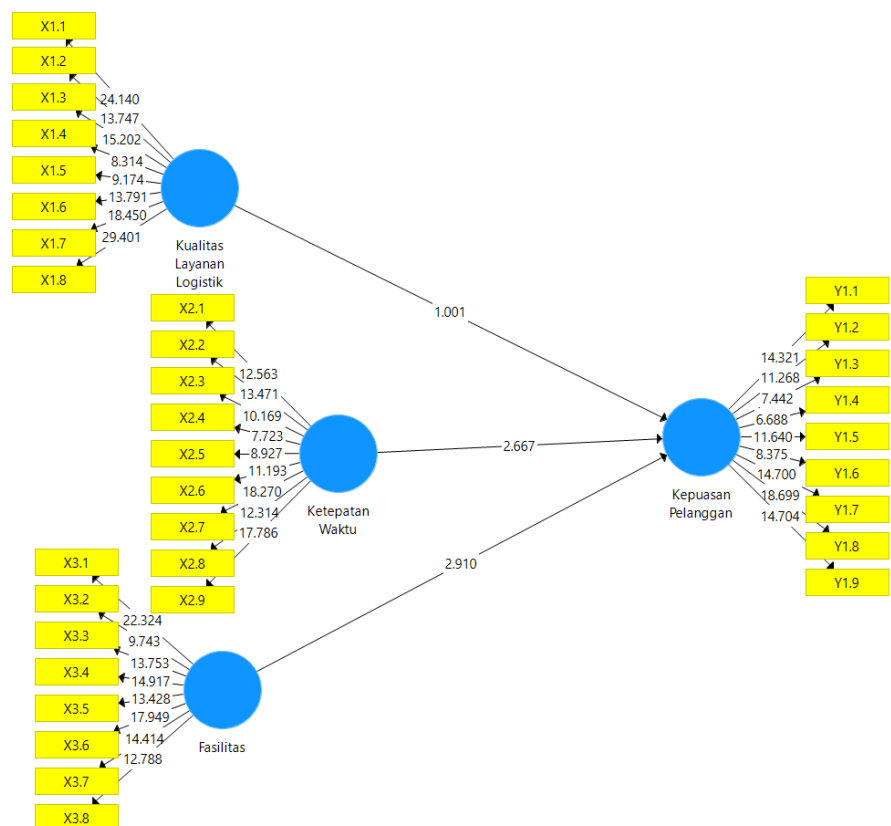
4.6. Analisis Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel Koefisien Jalur yang berfungsi untuk menguji apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak. Kriteria Koefisien Jalur adalah 5%, $t = 1,96$. Jika nilai statistik t lebih besar dari ($>1,96$), maka hipotesis signifikan atau H_0 ditolak dan H_a diterima. Tabel Koefisien Jalur dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 8 Path Coefficient

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Strandard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kualitas Layanan Logistik > Kepuasan Pelanggan	0.148	0.167	0.149	0.992	0.332
Ketepatan Waktu > Kepuasan Pelanggan	0.333	0.328	0.117	2.846	0.005
Fasilitas > Kepuasan Pelanggan	0.442	0.442	0.147	3.005	0.322

Sumber : Smart PLS Data, 2025



Gambar 1 Hasil Hipotesis Bootstrapping

5. Perbandingan

Berdasarkan hasil pengujian dan pengolahan data yang dilakukan oleh penulis menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0, maka berikut merupakan pembahasan akhir yang diperoleh untuk setiap hipotesis yang ada dalam penelitian ini :

Pengaruh Kualitas Layanan Logistik (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Kualitas layanan logistik terhadap kepuasan pelanggan menghasilkan nilai 0.992 atau lebih kecil dari nilai T Statistik ($0.992 < 1.96$). Jadi kesimpulannya H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel Kualitas Layanan Logistik terhadap Kepuasan Pelanggan adalah tidak signifikan. Hasil penelitian ini sesuai dengan (Sugiarti, n.d.) yang menyatakan bahwa kualitas Pelayanan memiliki efek negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat diartikan bahwa karyawan harus bisa memperhatikan setiap keluhan pelanggan. Namun tidak mendukung penelitian [1] yang menyatakan bahwa kualitas layanan logistik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE. Semakin baik kualitas layanan logistik yang diberikan maka semakin baik pula kepuasan pelanggannya.

Pengaruh Ketepatan Waktu (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan menghasilkan nilai 2.846 atau lebih besar dari nilai T Statistik ($2.846 > 1.96$). Jadi, kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_a ditolak, yang berarti variabel Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan adalah berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Agdtia Ambystisela, 2024) yang menyatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan JNE Nusa Indah kota Bengkulu. Dapat diartikan bahwa semakin tepat waktu perusahaan memenuhi janjinya dalam melakukan pengiriman barang maka semakin baik juga kepuasan pelanggan. Dikuatkan dengan hasil penelitian (Anindia Shella Raka Siwi; Tri Nur Wahyudi, 2022) yang menyatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan JNE Cabang Plupuh.

Pengaruh fasilitas (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Fasilitas terhadap kepuasan pelanggan menghasilkan nilai 3.005 atau lebih besar dari nilai T Statistik ($3.005 > 1,96$). Jadi, kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan adalah berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Putri Maulidiah & Budiantono, 2023) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dikuatkan dengan hasil penelitian (Harahap & Rosalina Pakpahan, 2021) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti bahwa dengan semakin baik dan meningkatnya fasilitas maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Layanan Logistik (X1), Ketepatan Waktu (X2) Dan Fasilitas (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas layanan logistik tidak memiliki pengaruh yang kuat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan dengan nilai T Statistik $0,992 < 1,96$, maka pengaruhnya tidak signifikan dan nilai P value sebesar $0.332 > 0.05$. Sedangkan ketepatan waktu dan fasilitas yang diperoleh oleh penelitian ini yaitu positif dan signifikan antara variabel Ketepatan Waktu dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan, dalam hal ini dibuktikan dengan hasil nilai T Statistik sebesar 2.846 dan 3.005 atau > 1.95 maka pengaruhnya signifikan dan positif dengan P value sebesar 0.005 dan $0.322 < 0.05$. Ini menggambarkan bahwa ketepatan waktu dan fasilitas berpengaruh besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Taufiqul Huda, 2023b) dalam artikel yang berjudul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan J&T Grati Pasuruan)” Vol. 14, No. 3, 2023. Hasil dari pernyataan ini menyatakan bahwa kualitas layanan logistik berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan ketepatan waktu dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

6. Kesimpulan

Kualitas layanan logistik, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE. Secara khusus, ketepatan waktu dan fasilitas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas layanan logistik tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Penelitian ini menegaskan bahwa memenuhi janji pengiriman tepat waktu dan menyediakan fasilitas yang memadai sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, perkembangan teknologi informasi turut memudahkan proses pelacakan dan pengelolaan pengiriman, sehingga dapat meningkatkan pengalaman pelanggan terhadap layanan logistik.

Kontribusi Penulis : semua penulis berkontribusi

Pendanaan : Penelitian ini tidak menerima pendanaan eksternal

Pernyataan Ketersediaan Data : Kami mendorong semua penulis artikel yang diterbitkan di jurnal LPKD untuk membagikan data penelitian mereka. Bagian ini harus mencantumkan lokasi data yang mendukung hasil yang dilaporkan, termasuk tautan ke dataset yang diarsipkan secara publik yang dianalisis atau dihasilkan dalam penelitian. Jika tidak ada data baru yang dibuat atau data tidak tersedia karena alasan privasi atau etika, pernyataan tetap harus disertakan.

Ucapan Terima Kasih : Terimakasih saya ucapkan kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan pada penelitian ini.

Konflik Kepentingan : Para penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

Daftar Pustaka

- [1] N. Yuningsih, T. W. Wiryawan, M. Kosim, and P. Purnamasari, "the Influence of Work Supervision, Work Culture and Work Environment on Employee Productivity Pt Abc," *Bus. Innov. Entrep. J.*, vol. 5, no. 2, pp. 153–160, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.35899/biej.v5i2.658>
- [2] E. Z. Zed, T. M. Kartini, and M. Kosim, "Pendampingan Strategi Peningkatan Minat Beli Konsumen Melalui Marketing Mix Pada Home Industri Bolu Kijing," *J. Pengabd. Pada Masy. Indones.*, vol. 2, no. 2, pp. 109–115, 2023, doi: 10.55542/jppmi.v2i2.644.
- [3] N. Kurniasih, "Pengaruh Sistem Pelacakan Berbasis Website, Kualitas Layanan Logistik Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada JNE Di Kabupaten Majalengka)," 2022.
- [4] R. Prasetyo, S. Sumarni, and Nadhifah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga Dan Kemampuan Berkomunikasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Jne Babat Lamongan," *Jesya (Jurnal Ekon. Ekon. Syariah)*, vol. 5, no. 1, pp. 463–472, 2022, doi: <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i1.614>.
- [5] N. F. Hermiati, P. Purnamasari, R. Afandi, and M. Kosim, "JOURNAL OF MANAGEMENT Small and Medium Enterprises (SME's) Vol 17, No. 2, July 2024, p783-795 Adi Maryadi, Novi Fitria Hermiati, Pupung Purnamasari, Dian Rachmawati Afandi, Muhammad Kosim," vol. 17, no. 2, pp. 783–795, 2024.
- [6] T. Huda, "Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan J&T Grati Pasuruan)," 2023.
- [7] L. Ardila, "Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express Di Patokbeusi Subang," 2022.
- [8] A. Yahya, M. Kosim, L. I. Achmad, and A. Amrulloh, "Peningkatan Kemampuan Pengelolaan Keuangan Keluarga melalui Pelatihan Keuangan Keluarga pada Majelis Taklim Kaum Ibu Al-Barokah Tambun Selatan," *J. Komunitas J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 5, no. 2, pp. 228–234, 2023, [Online]. Available: https://www.researchgate.net/profile/Adibah-Yahya/publication/368472802_Peningkatan_Kemampuan_Pengelolaan_Kuangan_Keluarga_melalui_Pelatihan_Kuangan_Keluarga_pada_Majelis_Taklim_Kaum_Ibu_Al_-Barokah_Tambun_Selatan/links/63eaea2deab072152f436695/Peningka
- [9] K. Renaldi and A. Maulana, "Analisis Kualitas Layanan E-Tracking Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Ekspedisi J&T Express Cabang Palopo," *J. Manaj. Perbank. Keuang. Nitro*, vol. 6, no. 1, pp. 54–63, 2023, doi: <https://doi.org/10.56858/Jmpkn.V6i1.93>.
- [10] I. Eviani, "Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). Manajemen Logistik," 2021.
- [11] F. Maria, R. Hariroh, M. Kosim, and U. P. Bangsa, "Entrepreneurship Orientation And Knowledge Management," vol. 17, no. September, pp. 151–162, 2022.
- [12] S. Arifin, *Pengaruh_Kualitas_Pelayanan_Dan_Fasilitas*. 2023.
- [13] Safitri and Siagian, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jnt Expres Cabang Batam," 2024.
- [14] Z. Wulandari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Express Karawang," 2022.