



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 2 Tahun 2024 Page 4642-4656

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Analisis Harga, Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Ekspedisi Labuhanbatu

Fatimah Siregar<sup>1✉</sup>, Pristiyono<sup>2</sup>, Bhakti Helvi Rambe<sup>3</sup>

Manajemen, Universitas Labuhanbatu

Email: [fatimahsiregar555@gmail.com](mailto:fatimahsiregar555@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menjelaskan ada pengaruh Harga, Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan atau mutu layanan Terhadap kepuasan kosumen pada jasa ekspedisi dilabuhanbatu. Tujuan penelitian dilakukan untuk mengetahui jasa ekspedisi yang banyak digunakan. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan sampel menggunakan Maximum Likelihood Estimation (MLE) yang manajumlah sampelnya sebanyak 300 responden, dan data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder. Dalam menganalisis regresi linier berganda dibantu oleh aplikasi Smart PLS. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa jasa ekspedisi paling banyak digunakan dilabuhanbatu adalah J&T, selain itu variabel Harga (X1), Ketepatan Waktu (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) berpengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci: *Harga, Kepuasan Konsumen, Ketepatan Waktu, Kualitas Pelayanan*

### Abstract

This research was conducted with the aim of explaining the influence of price, timing and service quality on customer satisfaction with expedition services in Labuhan Batu. The aim of the research was to find out which expedition services are widely used. This research uses quantitative descriptive with a sample using Maximum Likelihood Estimation (MLE) with a sample size of 300 respondents, and the data collected is primary and secondary data. Analyzing multiple linear regression is assisted by the Smart PLS application. Based on the research results, it shows that the most widely used expedition service in Labuhanbatu is J&T, apart from that the variables Price (X1), Time Arrangement (X2) and Service Quality (X3) have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction (Y).

Keyword: *Price, Customer Satisfaction, Timeliness, Service Quality*

## PENDAHULUAN

Semakin tingginya minat belanja online di Indonesia kurun waktu lima tahun ini menandakan konsumen mulai ada ketergantungan berbelanja secara online dibandingkan secara offline. Peningkatan pergerakan ini semakin tinggi pada saat pandemi Covid-19 menyebabkan pergerakan masyarakat terhambat. Sehingga konsumen harus membeli kebutuhan pokoknya melalui e-commers (German et al., 2022). Kebiasaan tersebut berubah menjadi gaya hidup normal baru yang mengubah segala aktivitas bisnis dari tradisional menjadi berbasis digital (Mancuso et al., 2023). Kegiatan bisnis yang menggunakan layanan digital sangat jarang bisa memfasilitasi pengiriman barang karena adanya keterbatasan. Salah satu bentuk hambatan yang sering terjadi ialah jarang tempat tinggal yang cukup jauh. Dengan demikian perusahaan bisnis digital sangat bergantung pada jasa ekspedisi untuk mengirimkan barang sampai pada konsumen (Suwena et al., 2023). Berbagai data statistik menunjukkan bahwa angka konsumen belanja online meningkat dan berdampak pada tingginya volume distribusi pemesanan di tingkat perusahaan ekspedisi di Indonesia khususnya. Dirangkum dari Databoks Juni 2023 menyatakan bahwa menggunakan layanan ekspedisi paling banyak adalah J&T Express dengan 58%, JNE 45%, Shopee Xpress 28%, Sicepat 27%, sementara Tiki hanya 7% (Annur, 2023). Merujuk kembali dari data tersebut terlihat jelas tinggi permintaan jasa ekspedisi saat ini memicu persaingan ketat antara perusahaan (Moolenburgh et al., 2020). Demi menjadi yang terbaik segala upaya akan dikerahkan perusahaan demi memuaskan kebutuhan konsumennya (Sopi nafiah, 2023). Kepuasan konsumen menjadi dasar kesuksesan suatu perusahaan bila pembeli merasa senang terhadap suatu jasa maka ada kemungkinan pembeli akan menjadi pelanggan. Dalam Proses pengambilan keputusan pemilihan jasa, konsumen biasanya mempertimbangkan segala aspek yang lebih mendalam untuk memperoleh hasil yang terbaik (Prasetyo et al., 2022). Terdapat beberapa alasan konsumen dalam milih jasa ekspedisi salah satunya adalah harga. Dalam dunia bisnis jasa, harga sering disebut dengan tarif yang tententukan suatu perusahaan. Harga menjadi faktor penentu, apakah konsumen akan menggunakan jasa tersebut. Selain itu, kepuasan konsumen dapat terbentuk karena harga yang dibayarkan sudah memenuhi ekspetasinya. Jika harga yang ditawarkan sepadan dengan kualitas yang diberikan, maka sudah pasti konsumen akan melakukan pembelian produk maupun jasa (Pourrahmani et al., 2023). Hasil survey yang sudah dilakukan peneliti sebelumnya menemukan beberapa konsumen mengeluhkan harga yang ditawarkan Sicepat Express terlalu mahal dibandingkan jasa ekspedisi lainnya. Selain itu, ketetapan waktu dalam pengiriman akan menentukan kepuasan konsumen (Lai et al., 2022). Ketetapan waktu juga berkontribusi karena setiap konsumen tentunya akan mengharapkan barang

yang diterima tepat pada waktunya (Yuen et al., 2023). Tidak jarang ditemukan bahwa waktu estimasi pengiriman tidak sama dengan paket yang diterima oleh konsumen. Sehingga membuat konsumen merasa kecewa. Kualitas layanan juga sangat berdampak besar terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut akan menjadi tolak ukur sejauh mana kesenjangan antara harapan dan kenyataan (Hariana, 2020). Pembeli biasanya akan merasa puas jika layanan yang diberikan melebihi harapannya (Khomsiah Hasibuan, Pristiyono, 2023). Dalam mutu pelayanan akan melibatkan seluruh aset perusahaan terutama pelayanan kurirnya. Sejumlah riset sebelumnya menemukan dampak yang signifikan antara harga dengan kepuasan konsumen (Putra Setiawan & Frianto, 2021). Sedangkan (Sudigdo, 2021) Menemukan adanya perbedaan bahwa kepuasan pembeli tidak dipengaruhi oleh harga. Berdasarkan penelitian terdahulu adanya perbedaan mengenai tolak ukur kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian termotivasi untuk meneliti kepuasan konsumen terhadap jasa ekspedisi dengan mengangkat judul "Analisis harga, ketetapan waktu dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa ekspedisi labuhanbatu". Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami sejauh mana harga, ketetapan waktu dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada jasa ekspedisi labuhanbatu.

#### Kajian Teori

##### Harga

Harga merupakan tagihan yang harus dibayarkan oleh pembeli kepada penjual. Harga menjadi cara strategi penjual untuk membedakan penawarnya dengan pesaing lainnya. Sebagaimana menurut (Solikha & Suprpta, 2020) harga merupakan pengorbanan yang harus dikeluarkan agar memperoleh hak kepemilikan. Sedangkan menurut (Johan et al., 2024) merupakan jumlah dari yang dibayar oleh pemebeli untuk merasakan manfaat dari produk maupun jasa pada waktu dan tempat yang telah tertentu. Harga merupakan tarif yang dibebankan terhadap konsumen demi mendapatkan segala sesuatu (lessa et al., 2017). Indikator harga menurut (Abimanyu & Hermana, 2023) adalah harga terjangkau, harga sesuai dengan kualitas produk, potongan harga.

##### Ketepatan Waktu

Ketepatan waktu merupakan keunggulan layanan dalam mengirimkan barang sesuai jadwal. Ketepatan waktu menjadi acuan konsumen terhadap penyedia jasa. Sebagaimana menurut (Jaya Sakti, 2018) ketepatan waktu merupakan harapan konsumen pada penyedia jasa saat mesanan produk hingga produk hingga tiba pada konsumen dengan tepat waktu. Sama halnya dengan (Firmansyah et al., 2023) menyatakan bahwa jangka waktu yang diberikan mulai dari pembelian produk hingga sampai pada sipembeli. Ketepatan waktu (Juniariska et al., 2020) merupakan suatu proses pengiriman barang sesuai dengan hari dan

tanggal yang telah dijanjikan. Indikator ketepatan waktu menurut (Sunarmintyastuti et al., 2021) yaitu ketepatan waktu, kecepatan waktu, ketelitian dan loyalitas.

#### Kualitas Pelayanan

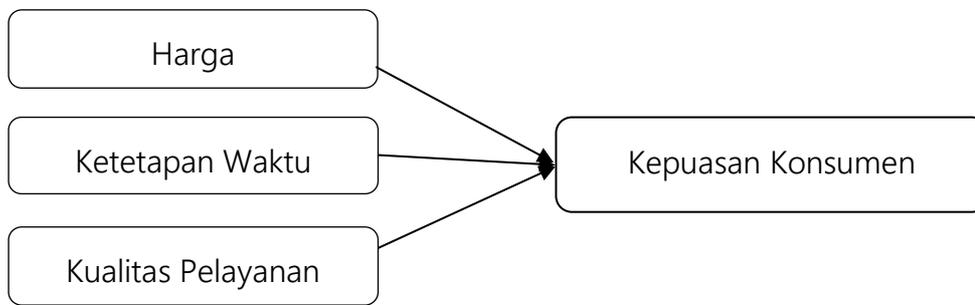
Kualitas pelayanan (Karami & Syahputra, 2021) merupakan suatu penyampain layanan produk maupun jasa sesuai massa yang berlaku dengan yang diharapkan. Suatu pelayanan dapat dikatakan berkualitas apabila telah memberikan kesempurnaan pelayanan dalam mengimbangi kebutuhan dan harapan konsumen. Sebagaimana menurut (Cornela et al., 2022) kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi perusahaan dalam memenangkan persaingan dengan tingkat keunggulan yang diberikan demi memenuhi harapan konsumen. Dari pemaparan diatas maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat berkaitan dengan konsumen karena dalam kualitas pelayanan akan menjadi tolak ukuran yang tidak berwujud atau abstrak. Sehingga hal ini dapat menjadi tingkat keunggulan sesuai dengan harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. adapun indikator kualitas pelayanan (Suryantoro & Kusdyana, 2020) yaitu layanan, keamanan, communication dan penyelesaian pengaduan.

#### Kepuasan konsumen

Kepuasan konsumen adalah aspek yang sensitive dalam dunia bisnis karena berkaitan dengan hasil atau kinerja produk. Sebagaimana menurut (Getachew et al., 2023) kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan perasaan setelah menerima dan membanding dengan harapannya. Jika kinerja suatu perusahaan tidak memenuhi ekspektasi konsumen. Maka bisa dikatakan perusahaan itu mengalami kegagalan. Sejalan dengan pendapat sebelumnya menyatakan bahwa dalam teori kepuasaan (*the expectancy disconfirmation model*) adalah suatu model yang bisa menjelaskan terbentuknya kepuasan dan ketidakpuasan, hal itu terjadi setelah adanya perbandingan sebelum memburu dan setelah menerima (Pasianus et al., 2021). Dari hal tersebut kepuasan konsumen dapat tercermin dalam rasa puas maupun kecewa yang mana level kepuasaan telah sudah dibandingkan. Hal senada diungkapkan oleh (Agarwal & Dhingra, 2023) mendefinisikan bahwa kepuasan konsumen sebagai keadaan yang sudah dicapai oleh produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan terbebas dari suatu kekurangan. Indikator kepuasan konsumen (Marito, 2022) yaitu terpenuh harapan, kepuasaan pelanggan keseluruhan, kebutuhan dan merekomendasi.

## Kerangka Pemikiran dan Hipotesis penelitian

Model penelitian yang diusulkan antara lain:



Gambar 1. Model Kerangka penelitian

Adapun hipotesis penelitian ini adalah :

$H_1$  : Harga berpengaruh positif pada kepuasan konsumen.

$H_2$  : Ketetapan waktu berpengaruh positif pada kepuasan konsumen.

$H_3$  : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan positif pada kepuasan konsumen.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan desain deskriptif kuantitatif dimana peneliti berusaha menemukan dan menguji apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Adapun penentuan populasi dalam penelitian ini menggunakan Maximum Likelihood Estimation (MLE) yang mana jumlah sampelnya sebanyak 300. Dalam teknik pengambilan sample yang tepat ialah menggunakan *Sampling Purposive* yang akan membantu peneliti untuk menetapkan kriteria yang pernah memakai jasa ekspedisi. Dalam mengolah data peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden melalui google forms. Dalam menganalisis data pengujian menggunakan Smart PLS 4. Alat analisis ini dapat digunakan untuk ukuran sampel yang tidak besar (Purwanto et al., 2021). Penelitian ini menggunakan teknik olah data dengan Partial Least Square (PLS).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Deskriptif Sumber data

Pada penyebaran kuesioner, penulis berhasil mendapatkan sebanyak 300 responden dari kuesioner yang disebar kepada konsumen yang memakai jasa ekspedisi yang berada di wilayah labuhanbatu, dengan menggunakan teknik pengambilan *Sampling Purposiv*.

Tabel 1. Data Penggunaan Jasa Exspedisi

No	Jenis Jasa Expedisi	Frekuensi	Presentasi
1	J&T	151	50,1
2	JNE	58	18,6
3	Shopee Xpress	37	12,3
4	Sicepat	26	8,6
5	Grab Express	3	1
6	Tiki	2	0,7
7	Ninja Xpress	8	2,7
8	Posinonesia	6	2
9	Indalogitik	4	1,3
10	SPA	8	2,7
	Jumlah	300	100

Sumber: Data Primer Yang diolah, 2024

Dari table diatas, menunjukkan bahwa responden yang paling banyak menggunakan jasa ekspedisi adalah J&T dengan 151 pengguna. Hal ini dipengaruhi beberapa factor yang membuat konsumen memilih jasa expedisi tersebut.

Tabel 2.Usia Responden

No	Usia	Fekuensi	Presentasi
1	10 -	271	90,3
	20 Tahun		
2	21 -	26	8,6
	30 Tahun		
3	30 -	3	1
	40 Tahun		
	Jumlah	300	100

Sumber: Data Primer Yang diolah, 2024

Dari table tersebut, menunjukkan subjek penelitian yang menggunakan jasa expedisi

di labuhanbatu dominan berusia 10-20 tahun, hal ini terjadi karena usia tersebut sudah bisa menentukan jasa ekspedi siapa yang mereka gunakan.

Tabel 3. Tingkatan Perkerjaan Responden

No	Perkerjaan	Fekuensi	Presentasi
1	Pelajar/Mahasiswa	284	94,6
2	Guru	8	2,7
3	Karyawan	8	2,7
Jumlah		300	100

Sumber: Data Primer Yang diolah, 2024

Dari table diatas, disimpulkan bahwa sampel yang menggunakan jasa exspedisi di labuhanbatu dominan pelajar/mahasiswa, hal ini terjadi karena responden tersebut sudah memiliki kemampuan untuk menentukan jasa ekspedisi apa yang akan digunakan.

#### Hasil Pengolahan Data

##### Outer Model atau Measurement Model

Dalam menetapkan outer model terdapat tiga kreteria yaitu Convergent Validity, Deskriminant Validity dan Composite Reability.

##### Convergent Validity

Untuk menilai Convergent Validity bisa dengan cara melihat score ukuran indikator yang dilihat berdasarkan hubungan antara score item yang dihitung melalui sofwer. Untuk nilai refeleksi individual pada penelitian dikatakan tinggi jika nilainya lebih dari 0,70. Sebagaimana terlihat pada penelitian ini sudah memenuhi syarat diatas 0,70.

Tabel 1. Outer Lodings

	HARGA (X1)	KEPUASAN KONSUMEN (Y)	KETETAPAN WAKTU (X2)	KUALITAS PELAYANAN (X3)
H1	0.915			
H2	0.949			
H3	0.923			
KN1		0.876		
KN2		0.920		
KN3		0.906		
KN4		0.843		
KP1				0.836
KP2				0.836

KP3	0.879
KP4	0.912
KW1	0.931
KW2	0.930
KW3	0.931
KW4	0.896

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS, 2024

#### Discriminant Validity dan Composite Reliability

Model pengukuran Discriminant Validity dan Composite Reliability merupakan suatu struktur AVE nya dengan memiliki nilai kontruksi reabilitas lebih dari 0,70 dan AVE lebih 0,50, maka Discriminant Validity dan Composite Reliability dikatakan baik. Berdasarkan hasil pengolahan data dibawa ini terlihat jika nila Discriminant Validity serta Composite Reliability rata-rata diatas 0,70 dan 0,50.

Tabel 2. Discriminant Validity dan Composite Reliability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
HARGA (X1)	0.921	0.925	0.95	0.864
KEPUASAN KONSUMEN (Y)	0.909	0.909	0.936	0.786
KETETAPAN WAKTU (X2)	0.941	0.941	0.958	0.85
KUALITAS PELAYANAN (X3)	0.889	0.889	0.923	0.751

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS, 2024

Tabel. 3 Output Nilai R-Square

	R-square	R-square adjusted
KEPUASAN KONSUMEN (Y)	0.542	0.537

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS, 2024

Dari hasil analisis data dapat dilihat R-square pada kepuasan konsumen memiliki nilai 0,542 serta R-SquareAdjusted dan 0,537 hasil ini menunjukkan bahwa variabel eksogen harga, ketetapan waktu dan kualitas pelayanan terhadap variabel endogen yaitu kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang baik sehingga penelitian ini baik secara outer model dan inner modelnya terpenuhi.

### Pengujian Hipotesis Langsung

Analisis selanjutnya adalah melakukan analisis hubungan antar variabel dengan software SmartPLS, dalam menganalisis dilakukan Resampling dengan menggunakan metode bootstrapping pada sampel. Pada penelitian ini sampelnya sebanyak 300 responden maka nilai t-tabel untuk kepercayaan sebesar 5% dengan  $df = n - 3 = 300 - 3 = 297$  adalah 1,96.

Tabel. 5 Result For Inner Weight

	T statistics ( O/STDEV )	P values
HARGA (X1) -> KEPUASAN KONSUMEN	3.938	0
KETETAPAN WAKTU (X2) -> KEPUASAN KONSUMEN	1.999	0.046
KUALITAS PELAYANAN (X3) -> KEPUASAN KONSUMEN	11.222	0

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS, 2024

Berdasarkan hasil yang diperoleh terdapat nilai t-statistik pada variabel harga berdampak kepuasan konsumen sebesar 3,938 dengan signifikansi 0,000. Lalu variabel ketetapan waktu terhadap kepuasan konsumen nilai t-statistiknya 1,999 dengan signifikansi 0,046 serta kualitas pelayanan berdampak pada kepuasan konsumen memiliki nilai t-statistik 11,222 dengan signifikansi 0,000. Dari hal tersebut data akan dilakukan perbandingan antara lain:

1.  $H_1$ : Harga berdampak pengaruh positif pada kepuasan konsumen. Karena terlihat dari t-statistik sebesar 3,938 > nilai t-tabel sebesar 1,96 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  dengan demikian dinyatakan hipotesis terbukti.
2.  $H_2$ : *ketetapan waktu* mempunyai pengaruh positif pada kepuasan konsumen. Hal ini terjadi karena nilai t-statistik sebesar 1,999 > nilai t-tabel sebesar 1,96 dengan signifikansi  $0,046 < 0,05$  sehingga dapat dinyatakan hipotesis terbukti benar.
3.  $H_3$ : dalam kualitas pelayanan adanya pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari nilai t-statistik sebesar 11,222 > nilai t-tabel sebesar 1,96 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat dinyatakan hipotesis valid.

#### Pembahasan

$H_1$  : pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Dari hasil uji yang telah dilakukan dapat dikatakan ada dampak positif harga terhadap kepuasan konsumen pada jasa ekspedisi labuhanbatu. Dengan nilai t-statistik sebesar 3.938 lebih besar dari 1.96 sehingga hipotesis  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan harga menjadi faktor kepuasan konsumen pada jasa ekspedisi labuhanbatu karena pada dasarnya sebelum menentukan pembelian biasanya konsumen akan melihat harga yang ditawarkan, jika harga yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi pembeli maka pembeli akan melakukan pembelian secara berulang. Strategi penetapan harga atau Price discount akan melibatkan rencana jangka panjang (Abdul Gofur, 2019). Dengan potongan harga yang diberikan suatu perusahaan dapat dengan mudah mempengaruhi konsumen karena konsumen beranggapan bahwa ada harga yang lebih murah yang ditawarkan perusahaan lainya. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh (Ningtiyas, 2019) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

$H_2$  : pengaruh ketetapan waktu terhadap kepuasan konsumen

Hasil uji pengaruh ketetapan waktu terhadap kepuasan konsumen pada jasa ekspedisi labuhanbatu menunjukkan pengaruh positif. Karena nilai t-statistik sebesar 1.999 lebih besar dari 1.96 sehingga hipotesis  $H_2$  diterima. Pada dasarnya setiap konsumen yang menggunakan jasa ekspedisi pasti akan menginginkan paket diterima sesuai yang telah dijanjikan. Dengan ketetapan waktu yang sebelumnya dijanjikan oleh perusahaan akan menjadi acuan untuk menilai kinerja yang diberikan penyedia jasa tersebut baik atau tidak (Masuku et al., 2024). Semakin tepat waktu penyedia jasa mengirimkan barang maka semakin tinggi kepuasan bagi pengguna. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lia Ardila, 2022) menyatakan Ketetapan waktu menjadi hal penting bagi kepuasan pelanggan.

H<sub>3</sub>: Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Hasil uji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa ekspedisi labuhanbatu menunjukkan pengaruh positif. Karena nilai t-statistik sebesar 11.222 lebih besar dari 1.96 sehingga hipotesis H<sub>3</sub> diterima. Kualitas pelayanan dianggap sebagai salah satu strategi dasar didunia bisnis yang dapat memenuhi kepuasan konsumen (Rafi & Nugroho, 2022). Apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi factor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kepedulian, perhatian serta jaminan yang diberikan oleh penyedia jasa akan membatu terciptanya prespsi. Pada tahap selanjutnya, pembelian dinyatakan dalam tindakan untuk mengevaluasi ulang mengenai keputusan yang telah diambil sebelumnya. Oleh karena itu, kualits pelayanan perusahaan harus memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Penelitian sebelumnya juga memperkuat bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada umumnya positif (Mariansyah & Syarif, 2020).

#### SIMPULAN

Dari hasil penelitian serta pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa hasil penguji hipotesis ini dipengaruhi oleh harga, ketepatan waktu dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan dan positif. Pada penelitian ini penggunaan layanan jasa ekspedisi paling banyak digunakan adalah J&T. hasil penelitian ini berhubungan dengan dampak harga, ketepatan waktu dan kualitas pelayanan yang diberikan jasa ekspedisi tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Abimanyu, R., & Hermana, C. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Januari*, 9(1), 398–408. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7545920>
- Agarwal, R., & Dhingra, S. (2023). Heliyon Factors influencing cloud service quality and their relationship with customer satisfaction and loyalty. *Heliyon*, 9(4), e15177. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15177>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94.

<https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>

- Annur, C. M. (2023). Seberapa Sering Konsumen RI Gunakan Jasa Pengiriman Saat Belanja Online? *Databoks.Katadata.Co.Id*, 2023.
- Cornela, J., Wahyudi, T., & Anggela, P. (2022). Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Pada Bujang Kurir Menggunakan Metode Quality Fucntion Deployment (QFD). *INTEGRATE: Industrial Engineering and Management System, Volume 6*(2), 46–54.
- Firmansyah, M. A., Hariasih, M., & Indayani, L. (2023). *Tony Express ( J & T ) Companies In East Java Region Peran Kualitas Pelayanan , Ketepatan Waktu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Jet & Tony Express ( J & T ) Di Wilayah Jawa Timur. 4*(6), 9359–9372.
- German, J. D., Agung, A., Perwira, N., Tri, Y., Fadil, S., Kester, A., Ong, S., Young, M. N., & Nadlifatin, R. (2022). Choosing a package carrier during COVID-19 pandemic : An integration of pro-environmental planned behavior ( PEPB ) theory and service quality ( SERVQUAL ). *Journal of Cleaner Production, 346*(October 2021), 131123. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131123>
- Getachew, A., Assefa, A., & Mamo, G. (2023). Heliyon Effects of automated teller machine service quality on customer satisfaction : Evidence from commercial bank of Ethiopia. *Heliyon, 9*(8), e19132. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19132>
- Hafizha, S., Abdurrahman, & Sri Nuryani, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 2*(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.266>
- Hariana, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing J&T Express Di Kecamatan Taman Sidoarjo. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN, 2*(2), 92. <https://doi.org/10.51804/iej.v2i2.762>
- Iessa, L., Vries, Y. A. De, Swinkels, C. E., Smits, M., & Butijn, C. A. A. (2017). Energy Research & Social Science What ' s cooking ? Unveri fi ed assumptions , overlooking of local needs and pro-solution biases in the solar cooking literature. *Energy Research & Social Science, 28*(May), 98–108. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2017.04.007>
- Jaya Sakti, M. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Diponegoro Journal of Management, 7*(4), 1–8.
- Johan, D., Koegelenberg, C., & Vuuren, J. H. Van. (2024). A dynamic price jump exit and re-entry strategy for intraday trading algorithms based on market volatility. *Expert Systems With Applications, 243*(December 2023), 122892.

<https://doi.org/10.1016/j.eswa.2023.122892>

- Juniariska, S., Rachma, N., & Primanto, alfian budi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketetapan Waktu, dan Tarif Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia (Studi Kasus pada Pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Gempol). *Journal Riset Manajemen*, 9, 143–156. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/22343>
- Karami, I. A., & Syahputra. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE ) Cabang Bandung*. 8(1), 348–354. [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com)
- Khomsiah Hasibuan, Pristiyono, D. S. (2023). *Analisis Faktor Perilaku Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen melalui Komunikasi Pemasaran*. 7, 1300–1314.
- Lai, P. L., Jang, H., Fang, M., & Peng, K. (2022). Determinants of customer satisfaction with parcel locker services in last-mile logistics. *Asian Journal of Shipping and Logistics*, 38(1), 25–30. <https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2021.11.002>
- Lia Ardila, B. I. (2022). *Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Dan Kualitas Pelayanan Di Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express Subang, Patokbeusi*. 2(4), 480–493.
- Magdalena, M., Fernos, J., & Ramadhani, A. S. (2023). *Economics and Digital Business Review Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Pelayanan*. 4(1), 470–482.
- Mancuso, I., Messeni Petruzzelli, A., & Panniello, U. (2023). Innovating agri-food business models after the Covid-19 pandemic: The impact of digital technologies on the value creation and value capture mechanisms. *Technological Forecasting and Social Change*, 190(October 2021), 122404. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122404>
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 03(02), 134–146.
- Marito, M. (2022). Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1(1), 26. <https://doi.org/10.20527/sbj.v1i1.12787>
- Masuku, D., Joesah, N., & Kusuma, A. B. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JIBEMA*, 1(3), 208–222.
- Moolenburgh, E. A., Van Duin, J. H. R., Balm, S., Van Altenburg, M., & Van Amstel, W. P. (2020). Logistics concepts for light electric freight vehicles: A multiple case study from the Netherlands. *Transportation Research Procedia*, 46(2019), 301–308.

<https://doi.org/10.1016/j.trpro.2020.03.194>

- Nasabah, K., Negara, B., Persero, I., Iriyani, M. D., Wijayanto, H., & Setiawan, F. (2024). Indonesian Journal of Economics , Management , and Accounting Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking BNI Terhadap. *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, *1*(2), 78–86.
- Ningtiyas, T. S. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Pada Jasa Pengiriman*. *2*(1), 46–53.
- Pasianus, O., Kana, A. A., Tinggi, S., Manajemenykn, I., & Indonesia, Y.-. (2021). *Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel*. *2*(2), 197–216.
- Pourrahmani, E., Jaller, M., & Fitch-Polse, D. T. (2023). Modeling the online food delivery pricing and waiting time: Evidence from Davis, Sacramento, and San Francisco. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, *2*(August), 100891. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2023.100891>
- Prasetyo, A. H., Rustamaji, D., Sumarni, S., & Nadhifah, N. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga Dan Kemampuan Berkomunikasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Jne Babat Lamongan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, *5*(1), 463–472. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.614>
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Penelitian Marketing: Perbandingan Hasil. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, *2*(4), 216–227. <https://ijospl.org/index.php/ijospl/article/view/64>
- Putra Setiawan, B., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, *3*(3), 352–366. <https://doi.org/10.33752/bima.v3i3.293>
- Rafi, A. R., & Nugroho, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, *1*(3), 376–382.
- Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT. GO-JEK). *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, *10*(1), 67–81. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.91>
- Sopi nafiah, Z. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Pengiriman Barang. *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)*, *15*(2), 207–218. <https://doi.org/10.33747/stiesmg.v15i2.630>
- Sri Wahyuni Nasution, F. A. N. (2023). Pengaruh Ketetapan Waktu Pengiriman Dan Kualitas

- Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pekanbaru (Studi Kasus Pada J&T Express Payung Sekaki). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 337–346.
- Sudigdo, A. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Garuda Express Delivery (GED) Terhadap Kepuasan Pelanggan (The Effect of Price and Service Quality for Garuda Express Delivery (GED) on Customer Satisfaction) Abstrak*. 2(02), 137–146.
- Sunarmintyastuti, L., Arie Prabowo, H., Sandiar, L., Aries Suprpto, H., Manurung, L., & Iramdan. (2021). Pengaruh Pelayanan Daring dan Ketepatan Waktu Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan BPRS AL Salaam Cilengsi Bogor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 7(1), 1–7. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5734203>
- Suryantoro, B., & Kusdyana, Y. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Publik Pada Politeknik Pelayaran Surabaya. *Jurnal Baruna Horizon*, 3(2), 223–229. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v3i2.42>
- Suwena, K. R., Puspaningsih, K. A., & Produk, K. (2023). *Persepsi Masyarakat Terhadap J & T di Singaraja. Prospek li*.
- Yuen, K. F., Koh, L. Y., Wong, Y. Q., & Wang, X. (2023). Sustainable crowdsourced delivery: A study of technological, health, value, and trust antecedents of consumer loyalty. *Journal of Cleaner Production*, 405(March), 137010. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.137010>