

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KETEPATAN WAKTU PADA
PENGIRIMAN SERTA BIAYA PENGIRIMAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN EKSPEDISI HERONA
EXPRESS PADA AGEN SOLO**

Rosida Apriliana Shahirah¹⁾, Agus Suyatno²⁾, Esti Dwi Rahmawati³⁾
Universitas Duta Bangsa Surakarta

Correspondence		
Email: aprilianarosida@gmail.com	No. Telp: 085747325661	
Submitted: 11 August 2024	Accepted: 20 August 2024	Published: 21 August 2024

ABSTRACT

Kepuasan pelanggan terhadap herona Express expeditions menjadi fokus studi ini, dan tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana harga pengiriman, waktu pengiriman, dan kualitas layanan berhubungan satu sama lain. Agen atau pengguna yang mendampingi pelanggan Salah satu kelompok yang termasuk dalam penelitian ini adalah Herona Express Solo. Maksimal 85 peserta dilibatkan dalam penelitian ini. Kualitas layanan, waktu penyelesaian, biaya pengiriman, dan kebahagiaan konsumen adalah variabel independen penelitian. Data penelitian dikumpulkan dari sumber resmi dan tidak resmi. Kuisisioner digunakan untuk mengumpulkan data. Paket statistik SPSS, versi 27, digunakan untuk memproses data dalam penyelidikan ini. Kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas layanan, menurut kesimpulan penelitian ini, ketepatan waktu pengiriman, biaya pengiriman, dan efek gabungan dari ketiga faktor tersebut.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan , Ketepatan Waktu Pengiriman , Biaya Pengiriman

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the relationship between service quality, delivery timeliness, and shipping prices related to customer satisfaction Solo agent expedition Herona Express. The people who participated in this study were clients or users of the Solo agent service offered by Herona Express. The research in this study relied on responses from 85 participants. The study factors were customer satisfaction, shipping cost, delivery timeliness, and service quality. This research utilizes primary and secondary sources of information. Questionnaires were used for data collection. According to research findings, various factors contribute to customer satisfaction in different ways. The quality of Service, timeliness of delivery, shipping costs, and the combined effect of these three have a positive and significant impact on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Delivery Timeliness, Delivery Cost

Pendahuluan

Pada masa sekarang dimana masyarakat banyak yang menggunakan jasa pengiriman sebagai media yang dapat mempermudah dalam mendapatkan barang tanpa harus pergi kemanapun. Persaingan bisnis di bidang ekspedisi di tandai dengan meningkatnya persaingan dimana setiap jasa ekspedisi berusaha menjangkau sebanyak mungkin konsumen. Berbagai macam upaya di lakukan oleh perusahaan ekspedisi yaitu dengan peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen dimana pelayanan merupakan aspek utama perusahaan dalam pencapaian tujuannya. (Winarti, 2017).

PT. Herona Express adalah perusahaan swasta yang berfokus pada jasa ekspedisi dengan menggunakan moda transportasi kereta api. Sejak didirikan pada tahun 1966, perusahaan yang berbasis di Jakarta ini telah memberikan layanannya kepada pelanggan. Tiga pulau di Indonesia yaitu Jawa, Bali, dan Madura semuanya dilayani oleh PT. Herona Express. Melalui kerja sama kami dengan PT Kereta Api Indonesia (Persero), perusahaan ini menjalankan pengiriman paket dan dokumen melalui jaringan kereta api dengan mengutamakan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utamanya.



Aspek utama dari kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan. Kualitas layanan menjadi tolak ukur utama dalam menilai keunggulan layanan sebagai elemen inti dari produk yang ditawarkan oleh penyedia jasa. Kualitas layanan ini digunakan sebagai faktor penentu dalam persaingan antar industri jasa serta sebagai sarana untuk menjaga dan membina hubungan yang memuaskan dengan konsumen (Mardikaningsih, 2021). Dengan demikian, industri jasa yang mampu memenuhi ekspektasi pelanggan dapat meningkatkan kepuasan mereka.

Harga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen saat menggunakan jasa. Uang, waktu, dan upaya perilaku adalah semua bentuk harga yang berdampak pada seberapa menarik suatu produk atau layanan. Salah satu cara untuk mengukur nilai adalah dengan melihat harga atau biayanya. Menurut Setiawan (2021), harga akan terikat dengan keuntungan atau jasa yang diterima konsumen. Biaya untuk memperoleh barang atau jasa dikenal sebagai harganya.

Untuk mengetahui seberapa bahagia pelanggan Herona Express Solo expedition dengan pengalaman mereka, penelitian ini menganalisis variabel-variabel berikut: kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman, biaya pengiriman, dan interaksi di antara ketiganya. Berikut ini adalah suatu rumusan masalah yang diangkat dalam sebuah penelitian ini, sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ekspedisi Herona Express Agen Solo?
2. Apakah Ketepatan Waktu Pengiriman Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ekspedisi Herona Express Agen Solo?
3. Apakah Biaya Pengiriman Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ekspedisi Herona Express Agen Solo?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Biaya Pengiriman Secara Bersama-sama Mempengaruhi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ekspedisi Herona Express Agen Solo?

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa bahagia penumpang Solo Herona Express sebagai hasil dari pelayanan yang mereka terima. Selain itu, Solo excursion Herona Express bertujuan untuk memastikan dampak ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, misi Solo Herona Express bertujuan untuk memastikan bagaimana biaya pengiriman memengaruhi kebahagiaan konsumen. Langkah selanjutnya adalah melakukan Solo excursion Herona Express untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan, waktu pengiriman, dan biaya pengiriman berinteraksi untuk memengaruhi kebahagiaan pelanggan.

Metode Penelitian

Metode berdasarkan strategi penelitian kuantitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini. Metodologi yang diilhami positivis untuk mempelajari populasi atau sampel dicirikan oleh Sugiyono (2017) sebagai teknik penelitian kuantitatif. Untuk menguji hipotesis, metode ini mengumpulkan data dengan menggunakan alat penelitian kemudian menganalisisnya secara kuantitatif atau statistik. Aplikasi statistik SPSS 25 banyak digunakan untuk mengkaji data numerik dalam penelitian ini. Mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan dan agen terhadap Herona Express Solo dipengaruhi oleh kualitas layanan, waktu pengiriman, dan biaya pengiriman menjadi motivasi utama penelitian ini. Sebanyak 560 orang, termasuk agen Solo dan herona Express serta konsumen atau pengguna layanannya, merupakan populasi penelitian. Satu tahun kemudian. Tidak ada subset spesifik dari populasi yang akan dipilih secara acak untuk penelitian ini karena menggunakan pendekatan pengambilan sampel non-probabilitas. Sebaliknya, penulis memilih strategi pengambilan sampel yang bertujuan, yang melibatkan

penggunaan kriteria khusus untuk memastikan bahwa sampel tersebut relevan dengan penelitian dengan hanya menyertakan individu yang telah menggunakan layanan Herona Express dan berlokasi di area agen Tunggal.

Para peserta dalam penelitian ini diminta untuk mengisi survei pengalaman mereka dengan agen Expedition Herona Express. Kuisioner tunggal, yang terdiri dari sekumpulan pertanyaan atau dokumen yang diminta untuk diisi dan dikembalikan oleh responden, merupakan salah satu metode pengumpulan data (Sugiyono, 2017).

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1 Uji Validitas

	Item Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	x1.1	.916	0,2159	Valid
	x1.2	.908	0,2159	Valid
	x1.3	.923	0,2159	Valid
	x1.4	.908	0,2159	Valid
	x1.5	.868	0,2159	Valid
	x1.6	.867	0,2159	Valid
	x1.7	.881	0,2159	Valid
	x1.8	.881	0,2159	Valid
	x1.9	.914	0,2159	Valid
	x1.10	.888	0,2159	Valid
	x1.11	.880	0,2159	Valid
	x1.12	.898	0,2159	Valid
	x1.13	.876	0,2159	Valid
	x1.14	.829	0,2159	Valid
	x1.15	.897	0,2159	Valid
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	x2.1	.916	0,2159	Valid
	x2.2	.901	0,2159	Valid
	x2.3	.883	0,2159	Valid
	x2.4	.787	0,2159	Valid
Biaya Pengiriman (X3)	x3.1	.935	0,2159	Valid
	x3.2	.900	0,2159	Valid
	x3.3	.896	0,2159	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	y.1	.900	0,2159	Valid
	y.2	.913	0,2159	Valid
	y.3	.931	0,2159	Valid
	y.4	.937	0,2159	Valid

Nilai Rhitungtabel > Rtabel adalah hasil dari semua korelasi item variabel dengan skor total setiap pernyataan, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1 di atas. Oleh karena itu, penelitian yang menggunakan semua item dalam pernyataan variabel adalah sah.

Tabel 2 Uji Realibilitas

Variabel	<i>cronbach's alpha</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.981	Reliabel
Ketepatan Waktu Pengiriman	0.894	Reliabel
Biaya Pengiriman	0.897	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.938	Reliabel

Sumber: Data yang diolah SPSS, 2024

Hasil uji reliabilitas ditampilkan pada Tabel 2. Karena setiap variabel kuesioner memiliki alfa yang lebih besar dari 0,60, kita dapat menyimpulkan bahwa semuanya dapat dipercaya. Mengingat bahwa setiap variabel memiliki nilai alfa Cronbach lebih tinggi dari 0,60, klaim kuesioner dapat diandalkan.

Tabel 2 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.24448242
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.054
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Penelitian ini tidak menemui masalah kenormalan, menurut temuan uji kenormalan, karena nilai Asy, p Sig sebesar 0,200 > 0,05.

Tabel 3 Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.519	.343		4.424	.000
	Kualitas Pelayanan	-.003	.010	-.074	-.339	.735
	Ketepatan Waktu Pengiriman	-.001	.038	-.007	-.033	.974
	Biaya Pengiriman	-.025	.050	-.111	-.490	.625

a. Dependent Variable: Abs_Res

Semua variabel penelitian memiliki nilai probabilitas lebih tinggi dari 0,5, seperti terlihat pada tabel di atas yang mengilustrasikan temuan uji

heterokedastisitas dalam penelitian. Karena nilai SIG heterokedastisitas lebih dari 0,05, maka tidak ada masalah dengan penelitian ini.

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.146	.598		.245	.807		
Kualitas Pelayanan	.236	.018	.852	13.384	.000	.248	4.036
Ketepatan Waktu Pengiriman	-.104	.067	-.092	-1.559	.123	.287	3.485
Biaya Pengiriman	.275	.087	.207	3.151	.002	.232	4.315

a. Dependent Variable: y

Semua variabel independen tidak menunjukkan multikolinearitas karena nilai VIF-nya di bawah 5 atau 10 (literatur menyatakan tidak lebih dari 10). Informasi ini terdapat pada kolom VIF Tengah pada tabel di atas. berdasarkan temuan uji multikolinearitas dalam penelitian ini. Asumsi tradisional regresi linier ordinary least squares (OLS) menyatakan bahwa model yang baik tidak termasuk multikolinearitas. Oleh karena itu, multikolinearitas tidak lagi ada dalam model yang disebutkan di atas.

Tabel 5 Uji Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.146	.598		.245	.807
Kualitas Pelayanan	.236	.018	.852	13.384	.000
Ketepatan Waktu Pengiriman	-.104	.067	-.092	-1.559	.123
Biaya Pengiriman	.275	.087	.207	3.151	.002

a. Dependent Variable: y

Hasil persamaan dari Tabel 4.5

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,146 + 0,236 X_1 - 0,104 X_2 + 0,275 X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Pelanggan
- α = Konstanta
- X1 = Kualitas Pelayanan
- X2 = Ketepatan Waktu Pengiriman
- X3 = Biaya Pengiriman
- e = Error term

Ini adalah proses pengambilan keputusan pengujian hipotesis dengan 85 titik data dan tingkat signifikansi 5% menggunakan rumus berikut: $t(\alpha / 2; n-k-1) = t(0,05/2; 85 - 3 - 1) =$



(0,025;81) Hal ini menghasilkan nilai tabel-t sebesar 1,9897 berdasarkan kriteria berikut jika diterapkan pada kumpulan data 81.

Pengambilan keputusan dasar didasarkan pada perbandingan nilai-nilai *thitung* dan *ttabel*:

- a. Jika $thitung < ttabel$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak terdapat pengaruh).
- b. Jika $thitung > ttabel$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh).

Maka hasil dari uji sig dari Tabel 6 sebagai berikut :

a. Nilai t-count ($13,384 > 1,9897$) dan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) menunjukkan hubungan positif yang kuat antara variabel kualitas layanan (X1) dan kepuasan pelanggan (Y). Hasilnya, kita dapat mengatakan bahwa X1 memengaruhi Y, atau kita menolak H_0 dan menerima H_a .

b. Nilai t-count lebih kecil dari nilai t-table ($-1,559 < 1,9897$) dan nilai signifikansi lebih dari 0,05, menunjukkan bahwa variabel ketepatan waktu pengiriman (X2) tidak memengaruhi kebahagiaan pelanggan (Y). Artinya, kita menerima H_0 dan menolak H_a , artinya X1 tidak mempengaruhi Y.

c. Hubungan antara kepuasan pelanggan (Y) dan variable cost of delivery (X3) dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh nilai t-count ($3,151 > 1,9897$) dan nilai signifikansi ($0,002 < 0,05$). Untuk alasan ini, kami menolak H_0 dan menerima H_a , artinya X2 sebenarnya mempengaruhi Y.

Tabel 6 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.958 ^a	.919	.916	1.26732
a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1				

Menghitung koefisien determinasi adalah cara untuk menilai kapasitas model untuk menjelaskan variabel dependen. Nilai kuadrat R sebesar 0,919 menunjukkan bahwa X1, X2, dan X3 menjelaskan 91,9% variasi Y, seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.14 keluaran SPSS, sedangkan faktor lain yang tidak teramati menyumbang 8,1% sisanya (100-91, 9%).

2. Pembahasan

2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai t-count ($13,384 > 1,9897$) dan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) menunjukkan hubungan positif yang kuat antara variabel kualitas layanan (X1) dan kepuasan pelanggan (Y). Hasilnya, kita dapat mengatakan bahwa X1 memengaruhi Y, atau kita menolak H_0 dan menerima H_a . Kepuasan pelanggan di Herona Express Agen Solo dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan, menurut penelitian ini. Kebahagiaan pelanggan berbanding lurus dengan tingkat kualitas layanan. Kepuasan klien secara langsung berkorelasi dengan loyalitas klien dan iklan dari mulut ke mulut untuk Herona Express. Ketika pelanggan senang, mereka cenderung tetap menggunakan merek tersebut dan bahkan memberi tahu orang lain tentang pengalaman menyenangkan mereka, yang dapat meningkatkan jangkauan dan kredibilitas bisnis. Pelanggan senang ketika mereka mendapatkan nilai lebih dari yang mereka perkirakan, yang terjadi ketika kualitas layanan memenuhi atau melampaui ekspektasi. Kepuasan bagi pelanggan melampaui memenuhi persyaratan minimal; itu adalah produk dari melampaui dan melampaui untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Oleh karena itu, melampaui dan melampaui

pelanggan menghasilkan pengalaman yang memuaskan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan iklan dari mulut ke mulut (Naliyah Syahfitri & Kusnanto, 2022).

Temuan penelitian ini menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa layanan berkualitas tinggi secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan (Wibowati, 2021; Afrilliana, 2020).

2.2. Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Nilai t-count lebih kecil dari nilai t-table ($-1,559 < 1,9897$) dan nilai signifikansi lebih dari 0,05, menunjukkan bahwa variabel ketepatan waktu pengiriman (X2) tidak memengaruhi kebahagiaan pelanggan (Y). Oleh karena itu, kami dapat menerima H_0 dan menolak H_a , karena X2 tidak memengaruhi Y. Menurut penelitian ini, pelanggan Herona Express Agen Solo tidak terlalu memperhatikan ketepatan waktu pengiriman mereka. Artinya, meskipun ketepatan waktu pengiriman mungkin dianggap penting, faktor ini tidak memberikan dampak yang berarti terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan dalam konteks penelitian ini. Faktor lain, seperti kualitas pelayanan atau aspek lain, mungkin lebih berperan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Ekspektasi pelanggan terhadap ketepatan waktu pengiriman mungkin lebih rendah dibandingkan dengan layanan pengiriman lainnya. Jika pelanggan telah memiliki ekspektasi yang lebih rendah mengenai ketepatan waktu pengiriman, mereka mungkin tidak terlalu terpengaruh jika pengiriman sedikit terlambat (Nur Salim et al., 2024). Penelitian yang dilakukan oleh (Wati et al., 2022) dan (Raldianingrat et al., 2023) sejalan dengan menemukan bahwa ketepatan waktu pengiriman tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2.3. Pengaruh Biaya Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan

Korelasi antara biaya pengiriman (X3) dan kepuasan pelanggan (Y) signifikan secara statistik, dengan nilai t-count $3,151 > t\text{-table } 1,9897$ dan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$. Ini berarti bahwa X3 memang berpengaruh pada Y; jadi, kita menerima H_a dan menolak H_0 . Kepuasan pelanggan di Herona Express Agen Solo dipengaruhi secara positif oleh harga pengiriman, menurut penelitian ini. Akibatnya, tampaknya pelanggan lebih puas ketika biaya pengiriman tetap rendah. Pada dasarnya, ketika konsumen senang dengan biaya pengiriman yang mereka bayarkan, mereka lebih cenderung menjadi klien tetap dan bahkan merujuk Herona Express kepada orang lain. Biaya pengiriman yang wajar dan kompetitif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta berkontribusi pada pengalaman positif yang mendorong loyalitas dan promosi dari mulut ke mulut.

Konsisten dengan penelitian lain, penelitian ini juga menunjukkan bahwa biaya transportasi secara signifikan meningkatkan kebahagiaan konsumen (Sukaesih et al., 2020; Prasetya & Indiani, 2021).

Kesimpulan

Studi tersebut menunjukkan bahwa parameter kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap agen Solo herona Express secara baik dan substansial. Studi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak lebih senang dengan Herona Express Agen Solo berdasarkan kecepatan pemrosesan pembelian mereka. Pilihan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh faktor-faktor yang berkaitan dengan biaya pengiriman, seperti yang ditunjukkan dalam penelitian Herona Express Agen Solo ini.

Saran

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Herona Express Agen Solo harus tetap fokus pada peningkatan kualitas pelayanan untuk mendongkrak kebahagiaan pelanggan. Memprioritaskan respons yang cepat dan pengiriman yang tepat dapat membawa perubahan ini, serta keramahan dan keterampilan staf. Pelatihan berkelanjutan untuk karyawan dan peninjauan rutin terhadap standar operasional dapat membantu memastikan bahwa kualitas pelayanan tetap tinggi dan memenuhi harapan pelanggan. Sementara penelitian ini tidak menemukan pengaruh signifikan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan, Herona Express tetap perlu memperhatikan faktor ini sebagai bagian dari layanan yang lebih luas. Mungkin ada faktor lain yang lebih berpengaruh atau perbedaan konteks yang memengaruhi hasil ini. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk melakukan evaluasi menyeluruh untuk mengelola ketepatan waktu pengiriman dengan lebih baik dan menyesuaikannya dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu, perusahaan sebaiknya mempertahankan atau bahkan memperbaiki kebijakan biaya pengiriman, mempertimbangkan dampak menguntungkan yang substansial pada kepuasan konsumen. Cara terbaik untuk meningkatkan kebahagiaan dan loyalitas pelanggan adalah dengan menawarkan harga yang adil dan transparan bersama dengan layanan atau diskon bernilai tambah. Penelitian lebih lanjut dapat membantu memahami preferensi pelanggan terkait biaya pengiriman dan membantu merumuskan strategi harga yang lebih efektif.

Referensi

- Afrilliana, N. (2020). **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang**. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46–55. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i2.119>
- Amelia, D., Simatupang, N., & Sinuraya, B. J. (2020). **Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. JNE Cabang Medan**. *Jurnal Manajemen*, 7, 11–24.
- Anggit, R. T. S. (2021). **Peningkatan Kualitas Pengiriman Barang Melalui Sistem Door To Door Dalam Upaya Memenuhi Customer Satisfaction Pada Pt. Salam Pacific Indonesia Lines Cabang Pontianak**. Karya Tulis.
- Ardila, L., & Irawan, B. (2022). **Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express Di Patokbeusi Subang**. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(4), 480-493.
- Attamimi, F. M., Hufron, M., & Rahman, F. (2020). **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Ketepatan waktu terhadap Kepuasan Kosumen (studi pada konsumen jne kota malang)**. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(16).
- Bakti, S. (2018) **Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kantor Camat Telanaipura Kota Jambi**. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 7(1), 29-35.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2019). **Research methods for business: A skill building approach**. John Wiley & Sons.
- Desri, S., Rizki, H., Hasanah, L., & Ihsan, M. (2021). **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ninja Expres Kota Payakumbuh**. *Jurnal Ekonomika* 45, 8(1), 526–539.

- Dewi, D. P., & Salam, A. (2020). **Prosedur Administrasi Jasa Pengiriman Barang Di Pt Citra Van Titipan Kilat Tangerang**. Jurnal Ilmiah Ilmu Sekretari/Administrasi Perkantoran, 7(7).
- Ghozali, I. (2019). **Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif**. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan. (2020). **Mahir Menguasai SPSS, Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian**. Sleman: Deepublish CV. Budi Utama
- Gunawan, D. (2022). **Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. PT Inovasi Pratama Internasional**.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). **Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan**. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 3(2), 171-180.
- Hamirul. (2020). **good governce dalam perspektif kualitas pelayanan**. CV.Pustaka Learning center
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). **Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam**. Deepublish.
- Hardiyansyah. 2014. **Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya**. Yogyakarta: Gava Media.
- Hasna, R. T., & Purwanto, H. (2022, October). **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Ekspedisi Lion Parcel Di Ponorogo)**. In SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi (Vol. 4).
- Hidayat, R. (2022). **Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan, Perilaku Keinginan Untuk Menggunakan, dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Layanan Go-Mart** (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Huda, T., Nuringwahyu, S., & Chanafi, A. (2023). **Pengaruh Kualitas Layanan , Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan J&T Grati Pasuruan)**. JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis), 14(3), 85-92.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). **Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen**. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 175-182.
- Indrasari, M. (2019). **Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan**. Unitomo press.
- Juniariska, S., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2020). **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT**.

- POS INDONESIA (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. POS INDONESIA Cabang Gempol).** E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 9(12).
- Kurniasari, R. P., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). **Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Barang PT. Pos Indonesia Di Tulungagung.** Jurnal Economina, 2(8), 1997–2010. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.710>
- Lubis, I. O., & Suwitho, S. (2017). **Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.** Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 6(5).
- Mabruri, S (2022) **Ekspedisi Adalah Pengiriman Barang, Ketahui Manfaat dan Bedanya dengan Logistik** Retrieved August 10 2023
- Prasetya, A. A., & Indiani, N. L. P. (2021). **Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Bali Semesta Agung Denpasar.** Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini, 12(1), 72–76. <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v12i1.1153>
- Sugiyono. (2017). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.** Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.** Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.** Bandung: Alfabeta
- Sukaesih, D., Mulyani, A., & Usman, B. (2020). **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. TIKI JNE Sub Agen Kayuagung.** Jurnal Media Wahana Ekonomika, 17(1), 18. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i1.4288>
- Wati, W. R., Arifin, R., & Suharto, M. K. A. B. (2022). **Pengaruh Kualitas Layanan E-Tracking, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga, Dan Fasilitas Web Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Tengah Wabah Covid 19 (Studi Kasus Pada Pengguna J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang).** E-JurnalRisetManajemen, 67–79. www.fe.unisma.ac.id