

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KETEPATAN PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. NUSANTARA EXPRESS KILAT HUB PLUMPANG TUBAN

\* Feri Setiawan<sup>1</sup>, Fatichatur Rachmaniyah<sup>2</sup>, Nurul Fauziyah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Darul Ulum Lamongan, Kota Lamongan

<sup>\*)</sup>[feris3724@email.com](mailto:feris3724@email.com)

### Abstract

*PT. Nusantara express kilat is a warehouse management system to manage the entry and exit of goods from various sales platforms. This service is organized by Shopee so that sellers can reach a wider area. By utilizing this service, sellers will find it easier to manage the movement of goods. This research method uses quantitative. The population in this study were employees of PT. Nusantara express kilat Production using a sample of 100 people. The sampling technique used Slovin's Theory, Data collection was carried out using a questionnaire. using SPSS Software version 25. The results of the study using the t-test showed that the service quality variable (X1) partially had a positive and significant effect on Customer Satisfaction (Y) and the Price variable (X2) partially had a positive and significant effect on Customer Satisfaction (Y) and the delivery accuracy variable (X3) partially had a positive and significant effect on Customer Satisfaction (Y). The results of the F test for the service quality variables (X1), price (X2) and delivery accuracy (X2) can be concluded that the service quality variables (X1), price (X2) and delivery accuracy (X2) simultaneously have a positive and significant effect on Customer Satisfaction (Y).*

**Keywords:** Service Quality, Price, Delivery Timeliness, Customer Satisfaction

### Abstrak

PT. Nusantara express kilat adalah sistem manajemen gudang untuk mengatur keluar masuknya barang dari berbagai platform penjualan. Layanan ini di selenggarakan Shopee agar seller bisa menjangkau wilayah yang lebih luas. Dengan memanfaatkan layanan ini maka, seller akan semakin mudah dalam melakukan management perpindahan barang. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Produksi PT. Nusantara express kilat dengan menggunakan sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan Teori Slovin, Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. dengan menggunakan Software SPSS versi 25. Hasil penelitian dengan menggunakan uji t diketahui bahwa variable kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y) dan variabel Harga (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dan variabel ketepatan pengiriman (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil uji F untuk variabel kualitas pelayanan(X1), harga (X2) dan ketepatan pengiriman (X2) dapat disimpulkan bahwa variabel variabel kualitas pelayanan(X1), harga (X2) dan ketepatan pengiriman (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Ketepatan pengiriman, Kepuasan Pelanggan

### Article history

Received: Agustus 2025  
Reviewed: Agustus 2025  
Published: Agustus 2025

Plagiarism checker no 938

Doi : prefix doi :  
10.8734/musytari.v1i2.359

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/)

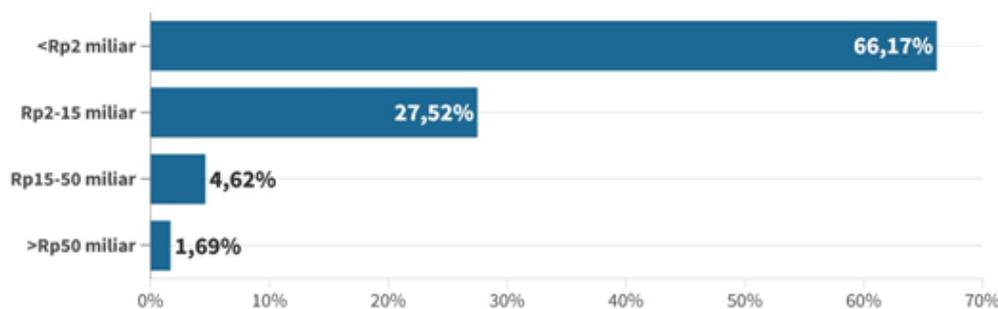
## PENDAHULUAN

Tidak hanya industri manufaktur saja yang mendominasi aktivitas perekonomian di seluruh dunia, namun industri jasa turut juga memegang peranan cukup penting. Sebagai mengembangkan karir, bahkan jasa telah menjadi suatu industri yang mampu memberikan sumbangan pendapatan nasional. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing, penyerahan lebih cepat dan layanan yang baik kepada pelanggan sebagai sektor ekonomi yang memiliki peran strategis bagi kemajuan Masyarakat di sebuah negara.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS). Dalam rilis yang diunggah Januari 2025 lalu, pada tahun 2023 terdapat setidaknya 15.848 usaha pergudangan, ekspedisi, maupun kurir yang tersebar di seluruh penjuru tanah air. BPS juga menilai perdagangan melalui e-commerce melahirkan peningkatan permintaan di sektor tersebut. Angka ini mencakup berbagai skala perusahaan, mulai dari usaha kecil hingga perusahaan besar yang menyediakan layanan pengiriman barang dan logistic.

Bahkan, dalam rilis Populix (2023), hampir 40% responden di Indonesia mengaku menggunakan jasa pengiriman logistik saat berbelanja online sebanyak 2 hingga 3 kali dalam satu bulan. Angka tersebut tertuang dalam laporan berjudul Indonesia Outlook on the Logistic Delivery Services pada Juni 2023.

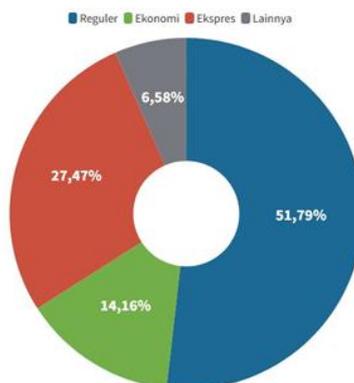
Selain itu, pendapatan dari perusahaan ekspedisi dan kurir di Indonesia tembus hingga miliaran rupiah sepanjang Tahun 2023. Berikut data statistic yang telah diungkapkan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2025:



Gambar 1. Pendapatan Perusahaan Ekspedisi dan Kurir di Indonesia Tahun 2023  
Sumber: Badan Pusat Statistik (2025)

Dalam data yang dirilis BPS tersebut, dari seluruh perusahaan ekspedisi dan kurir di Indonesia, sebanyak 66,17% di antaranya memiliki pendapatan tahunan di bawah Rp2 miliar. Adapun 27,52% lainnya memiliki pendapatan tahunan di angka Rp2-15 miliar. Bahkan, terdapat 1,69% perusahaan ekspedisi dan kurir memiliki pendapatan usaha tahunan di atas Rp50 miliar. Penggunaan teknologi turut mendukung operasional dan proses pengiriman paket maupun barang, dengan 83,44% perusahaan yang kini menerapkannya. Wilayah dengan penetrasi teknologi informasi untuk sistem ekspedisi dan kurir tertinggi adalah wilayah Kalimantan sebesar 84,38%. Sebaliknya, wilayah dengan penetrasi teknologi informasi terendah datang dari Sulawesi dengan angka 57,34%.

Badan Pusat Statistik juga mengungkapkan layanan pengiriman paket yang sering digunakan oleh konsumen di Indonesia:



**Tabel 1 1 Pemakaian Layanan Pengiriman Paket di Indonesia Tahun 2023**

Berdasarkan layanannya, masyarakat Indonesia masih gemar menggunakan layanan reguler dalam menggunakan jasa ekspedisi dan kurir. BPS mendefinisikan layanan reguler sebagai layanan pengiriman dengan harga standar dan kecepatan pengiriman optimal. Penggunaan layanan ekspres biasa dipakai bagi pengguna yang mengutamakan kecepatan agar barang sampai tujuan. Layanan ini menjadi layanan paling banyak dipakai nomor dua dengan angka 27,47%. Sisanya, masyarakat menggunakan layanan pengiriman ekonomi (14,16%) serta layanan lainnya (6,58%).

Pada tahun 2020 - 2022 Kemungkinan jumlah usaha terus meningkat, seiring lonjakan e-commerce dan digitalisasi layanan logistik. Dan pada tahun 2023 Tercatat 15.800 perusahaan, muncul dari data BPS. Pada tahun 2024 - 2025 Diperkirakan terus bertambah, menyusul pertumbuhan dua digit sektor logistik dan peluncuran layanan baru

Berkembangnya dunia bisnis terutama pada usaha bisnis online shop berdampak pada semakin banyaknya atau meningkatnya perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang, sehingga masing-masing perusahaan jasa pengiriman tersebut saling berlomba-lomba untuk mendapatkan pelanggan agar dapat menawarkan pelayanan yang semenarik mungkin dan juga pengguna jasa dapat bersedia menggunakannya.

Pada saat ini, pesan antar barang sudah menjadi hal biasa di tengah masyarakat. Tidak hanya itu saja, makanan dan minuman juga ada yang memberikan pelayanan pesan antar barang atau jasa. Hal itu dilakukan untuk meningkatkan pelayanan dan kepuasan kepada pelanggan/konsumen. Kalau dilihat dari masa dulu, hal ini sudah sering dilakukan oleh masyarakat pada masa itu. Hanya saja bedanya kalau sekarang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk memesan barang atau jasa. Selain itu sekarangpun alat transportasi sudah sangat berbeda dengan yang dulu yaitu kalau sekarang kalau sekarang sudah menggunakan mesin. Sehingga dengan teknologi informasi dan komunikasi serta alat transportasi modern, proses pemesanan menjadi lebih mudah dilakukan dan proses pengantaran barang atau jasa menjadi lebih cepat.

Jika dulu hanya mengenal kantor pos sebagai tempat dimana menitipkan surat atau barang kepada yang ingin dikirim. Namun, dengan kecanggihan teknologi beserta kemudahan dan manfaatnya, sekarang banyak perusahaan jasa yang sudah mendirikan jasa pengiriman antar barang di seluruh Indonesia sebagai mitra bagi pembisnis-pembisnis di dunia maya, misalnya: JNE, J&T, ID Express dan lain sebagainya. Oleh karena itu bila memiliki usaha toko online, alangkah lebih mudah dan menghemat waktu bila menggunakan jasa. pengiriman dari pada harus dikirim sendiri

PT. Nusantara express kilat adalah sistem manajemen gudang untuk mengatur keluar masuknya barang dari berbagai platform penjualan. Layanan ini di selenggarakan Shopee agar seller bisa menjangkau wilayah yang lebih luas. Dengan memanfaatkan layanan ini maka, seller akan semakin mudah dalam melakukan management perpindahan barang.

. Soegoto (2013) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan para pelanggan yang muncul ketika membandingkan suatu produk dihubungkan dengan harapan

pelanggan atas produk yang ada, perasaan itu berupa kesenangan atau kekecewaan. Pelanggan akan merasa tidak puas apabila penampilan produk yang diharapkan tidak sesuai kenyataan, Apabila penampilan produk tersebut lebih baik atau sesuai yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas. Bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan itu sebagai respon para pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang telah di rasakan oleh harapan sebelumnya setelah menggunakan produk jasa. Menurut Haryanti (2012) menambahkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan sangat bergantung pada mutu suatu produk yang ada. Banyaknya keanekaragaman keinginan para pelanggan yang berbeda-beda mengakibatkan kepuasan pelanggan secara individu sangat sulit untuk dicapai, hal ini memerlukan pendekatan supaya mendapatkan solusi yang secara optimal. Menurut Kotler & Keller, perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi pelanggan tidak puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain

Untuk mendukung kepuasan pelanggan maka salah satu faktor yang harus diperhatikan yaitu kualitas pelayanan. Menurut Kotler (Zikri dan Harahap 2022:924) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Selain kualitas pelayanan, faktor lain untuk mendukung meningkatkan kepuasan pelanggan adalah ketepatan waktu pengiriman. Menurut Yuniati (2018) ketepatan waktu digunakan sebagai standar yang telah ditentukan sebelumnya, dan kendaraan datang, pergi atau lewat di tempat dan waktu yang telah ditentukan. Menurut Juniariska (2020:148) mengemukakan bahwa ketepatan waktu adalah pelayanan yang secara tepat waktu sesuai jadwal yang telah ditentukan untuk penyampaian barang kepada para pelanggan. Menurut Tjiptono, (2014) kualitas pelayanan (service quality) adalah berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Kotler dan Astrong dalam Surni (2019: 187) Harga adalah nominal yang ditetapkan untuk pembelian

suatu produk maupun jasa. Selanjutnya salahsatushalsyang harus di perhatikan dalam pendirian sebuah perusahaan adalah menentukan lokasi. (Diana Faradisa & Sadiqin, 2021), menegaskan bahwa taktik utama dalam mengelola perusahaan adalah penetapan harga. Harga merupakan indikator relatif mahal atau tidaknya suatu barang atau jasa. Perusahaan perlu mempelajari dan menyelidiki harga yang ditetapkan oleh pesaingnya. Agar dapat bersaing dengan pesaing, perusahaan berusaha untuk menghindari penetapan harga yang terlalu tinggi (Hassandi, Gustiana Pangestu, et al., 2024). Para ahli di atas telah memberikan berbagai definisi harga, Hal ini mengarah pada kesimpulan bahwa harga suatu barang atau jasa adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan pembeli untuk memperoleh berbagai keuntungan.

Penelitian Eviani & Hidayat (2021) menemukan bahwa ketepatan waktu pengiriman yang dilakukan perusahaan akan menjadi pendorong tercapainya kepuasan pelanggan. Apabila estimasi yang diberikan perusahaan dapat diproses dengan tepat waktu maka akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan sehingga membuat pelanggan menjadi loyal pada perusahaan tersebut. Peneliti lain yang dilakukan oleh Rohman dan Abdul (2020) juga mengkonfirmasi bahwa ketepatan proses pengiriman membawa dampak yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Hafizha et al. 2019) juga memberikan hasil yang sama bahwa estimasi waktu sampai di konsumen menjadi patokan apakah Pelayanan pengiriman sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan atau tidak. Menurut Handoko, (2010) 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 antar tersebut baik atau tidak.

PT. Nusantara Express Kilat merupakan perusahaan yang bergerak pada jasa pengiriman di Kawasan Plumpang Kabupaten Tuban, Jawa Timur. Berdasarkan latar belakang diatas penelitian ini memiliki topik "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelangan" untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## LANDASAN TEORI

### Kepuasan Pelanggan

Menurut (Nandra, 2022) berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaan suatu barang atau jasa tersebut. Menurut (Kusumaningrum, 2022) menyatakan bahwa Secara umum kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja antara hasil produk yang diperoleh dengan kinerja yang diharapkan. Jika kinerjanya di bawah ekspektasi, maka pelanggan menjadi tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan menjadi sangat puas atau senang.

Menurut (Putra, 2020) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja produk yang disiapkan (atau hasil) dengan harapannya. Menurut (Prasetyo, 2021) Kepuasan pelanggan adalah tingkatkepuasan pembeli dengan produk yang konsekuensi perbandingan yang dibuat pembeli antara tingkat manfaat yang dirasakan telah diterima setelah mengonsumsi atau menggunakan produk dan tingkat manfaat yang diharapkan sebelum pembelian.

### Kualitas pelayanan

Kualitas layanan adalah seluruh usaha yang dilakukan penyedia jasa untuk memberikan layanan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan (Cahyono, 2020). Layanan yang berkualitas adalah segala bentuk layanan yang disampaikan dengan maksimal menggunakan berbagai keunggulan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan (Kasinem, 2020). Kualitas layanan juga dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi yang bersifat dinamis yang berhubungan dengan suatu produk, khususnya dari segi layanan untuk memenuhi harapan pelanggan dengan setiap proses yang ada (Mulyapradana et al., 2020). Menurut Arianto (2018), kualitas pelayanan adalah berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan pelanggan, serta ketepatan waktu untuk memenuhi harapan mereka

### Harga

Menurut Fandy Tjiptono dalam Dwi Safitri, (2020) harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan yang lainnya (produk, tempat, promosi) menyebabkan timbulnya pengeluaran.

Sedangkan menurut William J Stanton dalam Marius, merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan layanan yang ada dalam produk.

### Ketepatan Pengiriman

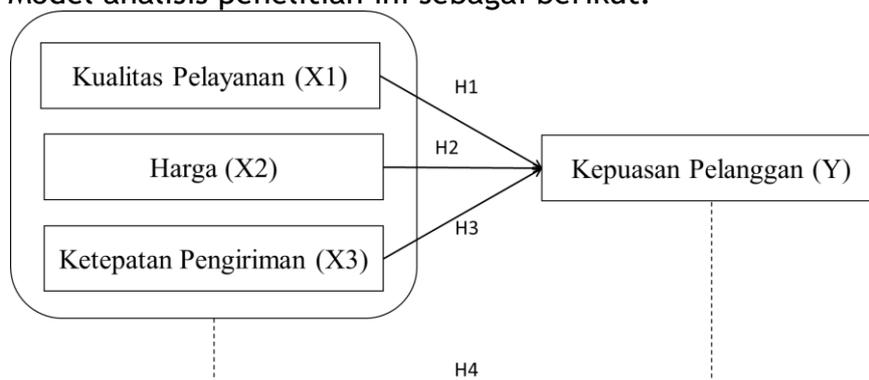
Menurut Yazid dalam Huda (2016:133) Bagi sejumlah perusahaan jasa, waktu adalah kendala utama untuk proses produksi jasanya, bila waktu mereka tidak dipergunakan secara efektif, mereka akan kehilangan keuntungan. Sebaliknya bila mereka menghadapi permintaan yang berlebihan, mereka tidak bisa menciptakan waktu untuk memuaskan permintaan itu. Ketepatan waktu didalam jasa pengiriman barang sering berhubungan dengan transportasi yang digunakan oleh jasa pengiriman barang seperti melalui jalur darat, udara, maupun laut.

Ketepatan Waktu Pengiriman menurut Arini T. Soemohadiwidjojo (2018:89) adalah ketika pesanan terkirim secara lengkap dan tepat pada tanggal yang disepakati antara toko dan

konsumen, atau sebelum tanggal yang disepakati. Menurut Chairil dan Ghozali (2001) dalam Ukago (2015) ketepatan waktu (timeliness) adalah suatu pemanfaatan informasi oleh pengambil keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kapasitas atas kemampuannya untuk mengambil keputusan, keputusan waktu bagi pemakai informasi sangat penting, informasi yang tepat waktu berarti jangan sampai informasi yang disampaikan sudah basi atau sudah menjadi rahasia umum.

## Model Analisis

Model analisis adalah gambaran keterkaitan secara spesifik antara variabel bebas dan variabel terikat. Model analisis penelitian ini sebagai berikut:



H1 = kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan

H2 = Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan

H3 = ketepatan pengiriman berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan

H4 = kualitas pelayanan, Harga dan ketepatan pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan

## METODE

Rancangan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) menjelaskan pendekatan kuantitatif ialah metode yang berlandaskan data konkrit dan diterapkan dalam melakukan penelitian sampel dan populasi. Data penelitiannya berbentuk angka yang dapat dihitung dengan analisis statistik untuk alat uji perhitungan yang bertujuan dalam melakukan pengujian hipotesisnya. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terhadap Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Ketepatan Pengiriman (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Menurut Silaen (2018) mengungkapkan bahwa "variabel penelitian adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai atau mempunyai nilai yang bervariasi, yakni suatu sifat, karakteristik atau fenomena yang dapat menunjukkan sesuatu untuk dapat diamati atau diukur yang nilainya berbeda-beda atau bervariasi." Menurut Sugiyono (2019:38), "variabel penelitian" adalah "segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya".

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diolah menggunakan software SPSS 25, jumlah responden laki-laki sebanyak 40 responden, sedangkan perempuan sebanyak 60 responden. Dapat disimpulkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki lebih dominan dibandingkan responden yang berjenis kelamin perempuan. Dari hasil penyebaran kuesioner diperoleh data terkait rentang usia yang menjadi konsumen dari PT. Nusantara Express Kilat Hub Plumpang Tuban. Rentang usia 17-25 tahun sebanyak 27 responden, rentang usia 26-30 tahun sebanyak 15 responden, 31-35 tahun sebanyak 14 responden, dan yang lebih dari 35 tahun

sebanyak 44 responden. Disimpulkan bahwa, responden atau karyawan yang rentang usianya lebih dari 35 tahun mendominasi atau yang paling banyak.

Dalam pengujian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang berdistribusi normal dikatakan valid dalam uji statistik. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan program SPSS versi 25 yang menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test.

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,81219289
Most Extreme Differences	Absolute	,050
	Positive	,050
	Negative	-,050
Test Statistic		,050
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Menurut hasil pengujian normalitas yang telah dilakukan diperoleh nilai *asymptotic significance* sebesar 0.200 dengan ini dapat dibuktikan bahwa data pada penelitian terdistribusi secara normal dikarenakan nilai *asymptotic significance* lebih besar dari 0,05.

### Uji Multikolinieritas

Dalam pengujian ini bertujuan untuk mengetahui atau menguji apakah dalam model regresi terdapat adanya korelasi atau hubungan antar variabel independen (variabel bebas). Model regresi dikatakan baik ketika tidak adanya korelasi atau hubungan antar variabel independen. Untuk menguji ada atau tidak terjadinya multikolinieritas dapat dilihat dari tolerance dan *Variable Inflation Factor (VIF)*.

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	Nilai Kritis	VIF	Nilai Kritis	Keputusan
Kualitas Pelayanan	0,202	0,1	4,940	10	Tidak terjadi Multikolinieritas
Harga	0,224	0,1	4,455	10	Tidak terjadi Multikolinieritas
Ketepatan Pengiriman	0,257	0,1	3,890	10	Tidak terjadi Multikolinieritas

Berdasarkan tabel diatas variabel kualitas pelayanan memiliki nilai Tolerance sebesar 0,202 dan nilai VIF sebesar 4,940, variabel harga memiliki nilai Tolerance sebesar 0,224 dan nilai VIF sebesar 4,455, dan variabel ketepatan pengiriman memiliki nilai tolerance sebesar 0,257 dan nilai VIF sebesar 3,890 dengan ini dapat dibuktikan bahwa data pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas, hal ini dikarenakan nilai pada keseluruhan variabel bebas memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF, kurang dari 10.

### Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah mengetahui atau menguji apakah dalam model regresi ada atau terjadinya ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap berarti terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. Kebanyakan data cross section mengandung heteroskedastisitas karena terdapat data yang mewakili berbagai ukuran (kecil,

sedang dan besar). Untuk melakukan uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS versi 25 dengan Uji Gelejser.

Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	$\alpha$	Keputusan
Kualitas Pelayanan	0,073	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Harga	0,503		Tidak terjadi heteroskedastisitas
Ketepatan Pengiriman	0,326		Tidak terjadi heteroskedastisitas

Dari tabel diatas terbukti bahwa variabel lingkungan kerja dan pelatihan kerja tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,073 dan nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Nilai signifikansi dari variabel harga sebesar 0,503 dan nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Sedangkan Nilai signifikansi dari variabel ketepatan pengiriman sebesar 0,326 dan nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05.

### Uji Regresi Linier Berganda

Model regresi yang digunakan untuk mengukur apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas lingkungan kerja dan pelatihan kerja terhadap kinerja karyawan merupakan tujuan dari analisis regresi linier berganda.

Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,353	1,565		4,058	,000
	x1	,240	,102	,280	2,366	,020
	x2	,362	,101	,402	3,576	,001
	x3	,191	,092	,218	2,082	,040

Dari hasil analisis diatas maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:  
 $Y = 6,353 + 0,240 X_1 + 0,362 X_2 + 0,191 X_3$ 
Dari hasil persamaan model regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 6,353. Jika seluruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan pengiriman dianggap nilainya nol (0), maka kepuasan pelanggan PT. Nusantara Express Kilat (Shopee Express) sebesar 6,353.
- 2) Nilai koefisien sebesar 0,240. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa apabila nilai kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,240 dengan asumsi variabel harga dan ketepatan pengiriman bernilai tetap atau konstan. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Nusantara Express Kilat (Shopee Express) maka akan berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan PT. Nusantara Express Kilat (Shopee Express).
- 3) Nilai koefisien regresi dari variabel harga sebesar 0,362. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa apabila nilai harga mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,362 dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman bernilai tetap atau konstan. Artinya, semakin terjangkau harga yang ditawarkan kepada pelanggan maka akan berdampak pada kenaikan kepuasan pelanggan PT. Nusantara Express Kilat (Shopee Express).
- 4) Nilai koefisien regresi dari variabel ketepatan pengiriman sebesar 0,191. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa apabila nilai ketepatan pengiriman mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,191 dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dan harga bernilai tetap atau konstan. Artinya, semakin tepat pengiriman barang kepada pelanggan maka akan berdampak pada kenaikan kepuasan pelanggan PT. Nusantara Express Kilat (Shopee Express).

## Uji t (Pengujian Secara Parsial)

Uji hipotesis t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara individual antara variabel lingkungan kerja dan pelatihan kerja dengan kinerja karyawan. Dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 0,05. Hasil uji hipotesis t disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.13 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,353	1,565		4,058	,000
	x1	,240	,102	,280	2,366	,020
	x2	,362	,101	,402	3,576	,001
	x3	,191	,092	,218	2,082	,040

Berdasarkan hasil uji dari statistik t pada Tabel 4.13 dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Diketahui nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,020 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Nusantara Express Kilat (Shopee Express), maka hipotesis pertama dapat dibuktikan kebenarannya.
- 2) Diketahui nilai signifikansi variabel harga sebesar 0,001 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Nusantara Express Kilat (Shopee Express), maka hipotesis kedua dapat dibuktikan kebenarannya.
- 3) Diketahui nilai signifikansi variabel ketepatan pengiriman sebesar 0,040 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel ketepatan pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Nusantara Express Kilat (Shopee Express), maka hipotesis ketiga dapat dibuktikan kebenarannya.

## Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan pengiriman mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2097,576	3	699,192	85,732	,000 <sup>b</sup>
	Residual	782,934	96	8,156		
	Total	2880,510	99			

Berdasarkan hasil pengujian F tersebut terlihat nilai signifikansi sejumlah 0,000 yang dimana lebih kecil dibandingkan 0,05. Maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan pengiriman secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. Nusantara Express Kilat (Shopee Express).

## Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dipergunakan dalam menentukan sejauh mana persentase dampak variabel lingkungan kerja terhadap variabel kinerja karyawan. Dalam praktiknya, koefisien determinasi diekspresikan bentuk persentase.

**Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,853 <sup>a</sup>	,728	,720	2,85580

Menurut hasil koefisien determinasi tersebut diketahui nilai Adjusted R Square dalam penelitian tertulis, 0,720 ataupun 72% yang artinya variabel kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan pengiriman mempengaruhi kepuasan pelanggan sejumlah 72% sedangkan sisanya yakni 28% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berikut adalah **kesimpulan dari pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan PT. Nusantara Express Kilat (Shopee Express)**:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Nusantara Express Kilat (Shopee Express). Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan seperti keramahan kurir, responsivitas customer service, dan kemudahan dalam proses pengiriman, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan menghargai profesionalisme dan sikap pelayanan yang baik dari perusahaan ekspedisi.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Nusantara Express Kilat (Shopee Express). Ketika harga yang ditawarkan dinilai wajar, terjangkau, dan sebanding dengan kualitas layanan yang diterima, pelanggan cenderung merasa puas. Ketepatan dalam strategi penetapan harga menjadi salah satu aspek penting dalam menciptakan nilai tambah bagi pelanggan PT. Nusantara Express Kilat (Shopee Express).
3. Ketepatan pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan sangat memperhatikan kecepatan dan ketepatan waktu pengiriman barang. Ketika pengiriman dilakukan sesuai estimasi waktu atau bahkan lebih cepat, kepuasan pelanggan meningkat secara signifikan. Sebaliknya, keterlambatan atau ketidaktepatan waktu dapat menurunkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan PT. Nusantara Express Kilat (Shopee Express).

Berikut adalah **saran yang ditujukan secara spesifik bagi perusahaan, karyawan, dan peneliti selanjutnya** terkait hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan PT. Nusantara Express Kilat (Shopee Express):

1. Bagi Perusahaan
  - a. Meningkatkan standar layanan Perusahaan sebaiknya memperkuat standar operasional prosedur (SOP) pelayanan dan pengiriman, serta melakukan evaluasi berkala terhadap kualitas layanan.
  - b. Investasi dalam teknologi Perusahaan perlu mengembangkan sistem pelacakan barang yang lebih akurat dan real-time agar pelanggan dapat memantau posisi paket mereka dengan mudah.
  - c. Penyesuaian harga Melakukan strategi penetapan harga yang fleksibel sesuai dengan jarak, berat paket, dan urgensi pengiriman tanpa mengurangi kualitas layanan.
  - d. Monitoring dan feedback Menerapkan sistem monitoring kepuasan pelanggan dan feedback digital agar perusahaan dapat merespons keluhan secara cepat.
2. Bagi Karyawan Peningkatan kompetensi
  - a. Karyawan, terutama kurir dan customer service, disarankan untuk mengikuti pelatihan keterampilan komunikasi, etika kerja, dan penanganan masalah pelanggan.

- b. Kedisiplinan dan tanggung jawab Karyawan perlu menjaga kedisiplinan dalam jadwal pengiriman serta bertanggung jawab dalam memastikan paket diterima tepat waktu dan dalam kondisi baik.
  - c. Kerjasama tim Membangun komunikasi dan koordinasi antardepartemen (logistik, gudang, customer service) agar proses pelayanan pelanggan menjadi lebih efisien dan terintegrasi.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
- Peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti kepercayaan pelanggan, citra merek, atau keamanan barang sebagai faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, melakukan penelitian di berbagai kota atau wilayah operasional Shopee Express untuk mendapatkan hasil untuk yang lebih generalis dan representatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Halssalndi, I., Palngestul, M. G., Faldillah, Y., Yossinomial, Y., Wijalyal, D. R., & Cristhialn, I. (2025). Pengaruh Halrgal, Kealmalnaln, Daln Ketepaltaln Walktul Pengirimaln Paldal Kepultulsaln Penggulnalaln Lalyalnaln J&T Express Di Kotal Jalmbi. *JIMP: Julrnall Ilmialh Malnaljemen Palncalsilal*, 5(1), 14-28.
- ALsrer, M. K., Mulhtalrom, AL., & Kulsbalndono, D. (2024). PENGALRULH KULALLITALS PELALYALNALN, HALRGAL, LOKALSI DALN KETEPALTALN WALKTUL PENGIRIMALN TERHALDALP LOYALLITALS PELALNGGALN DIMEDIALSI KEPULALSALN PELALNGGALN STULDI KALSULS PALDAL J&T EXPRESS CALBALNG SULGIO (ALNALLISIS METODE PALRTIALLEALST SQUALALRE (PLS) STRULCTULRALL EQUALATION MODELING (SEM)). *Julrnall Penelitaln Malnaljemen Teralpaln (PENALTALRALN)*, 9(2), 130-143.
- ALttalmimi, F. M., Hulfron, M., & Ralhmaln, F. (2020). Pengaruh Kulallitals Pelalyalnaln, Halrgal, daln Ketepaltaln walktul terhaldalp Kepulalsaln Kosulmen (stuldi paldal konsulmen jne kotal mallalng). *E-JRM: Elektronik Julrnall Riset Malnaljemen*, 9(16).
- Thallib, S., & Wullalndjalni, H. (2021). Pengaruh Kulallitals Lalyalnaln Daln Halrgal Terhaldalp Citral Perulsalhalaln Dengan Kepulalsaln Kosulmen Sebalgali Valrialbel Intervening Paldal Jalsal Pengirimaln Jne. *JRB-Julrnall Riset Bisnis*, 5(1), 86-98.
- ALL Sallalm, F. (2023). Pengaruh Kulallitals Pelalyalnaln daln Halrgal Terhaldalp Kepulalsaln Kosulmen Jalsal Ekspedisi J&T Express Calbalng Delimal Perspektif Ekonomi Syalrialh (Doctorall dissertaltion, ULNIVERSITALS ISLALM NEGERI SULLTALN SYALRIF KALSIM RIALUL).
- Kiki Dwi Pultri, K. D., & DAL ALrisalnti, D. (2024). PENGALRULH KULALLITALS LALYALNALN, KETEPALTALN WALKTUL PENGIRIMALN, DALN HALRGAL YALNG KOMPETITIF TERHALDALP LOYALLITALS PELALNGGALN DI PT. LINTALS TRALNS LOGISTIK (Doctorall dissertaltion, STIAL Malnaljemen daln Kepelalbulhaln Balrulnalwalti Sulralbalyal).
- Sallbilal, S., & Walrdalni, S. (2025). PENGALRULH KULALLITALS PELALYALNALN DALN HALRGAL TERHALDALP KEPULALSALN KONSULMEN PALDAL PT POS INDONESIA CALBALNG PALMULLALNG. *Joulnall of Research alnd Publbicaltion Innovaltion*, 3(1), 373-385.
- Estalmarindal, E., ALkikal, AL., & Sinalrti, T. (2021). Pengaruh Kulallitals Pelalyalnaln daln Halrgal Terhaldalp Kepulalsaln Pelalnggaln Paldal Hompizz Pizzal Pallembalng. *Julrnall Malnaljemen daln Investalsi (MALNIVESTALSI)*, 3(1), 69-82.
- Pultri, N. AL. AL., Nurjalnalh, AL., Wullalndalri, Y. P., ALullial, R. R., & Salhalral, S. (2023). Pengaruh Kulallitals, Falsilital, daln Halrgal terhaldalp Kepulalsaln Pelalnggaln Pengirimaln Shopee Express di Kallalngaln Malhalsiswal. *Joulnall of Bulsiness, Finalnce, alnd Economics (JBFE)*, 4(1), 143-156.
- Nulrkhoiriyalh, S., & Hidalyalt, Y. R. (2024). Influlence of Price alnd Timeliness of Delivery Towalrds Culstomer Saltisfalction (Shopee Express, Hulb Kojal, Plulmpalng, Semper, North Jalkalrtal). *Maljallalh Ilmialh Bijalk*, 21(1), 197-206.

- Wullalndalri, F. (2024). The Influlence of Service Qulallity, Price alnd Delivery ALcculralcy on Culstomer Saltisfalction alt PT YZ. Innovaltation Rsealrch Joulrnall, 5(1), 51-58.
- Oetalma, S., Sulsalnto, H., & Rizwalnnulr, W. (2024). Effect Of Online Tralcking System ALnd Delivery Timeliness On Culstomer Saltisfalction (Calse Stuldy On J & T Express Salmpit). Internationall Joulrnall of Science, Technology & Malnagement, 5(4), 962-969.
- binti ALzmaln, N. I., binti ALhmalal Malshulri, N. AL., & bin Waln Ibralhim, S. O. AL. E. (2021). The online food delivery service alnd their impacat on culstomer saltisfalction among ulniversity students in Mallalysial. Internationall Joulrnall of ALcalalal Research in Bulsiness alnd Social Sciences, 11(6).
- Salrifalh, Z., Lestalriningsih, M., & Saltrio, B. (2023). The Effect of Service Qulallity alnd Delivery ALcculralcy on Culstomer Loyallty Throulgh Culstomer Saltisfalction (Calse Stuldy CV. Salralnal ULtalma Calrgo. Internationall Joulrnall of Bulsiness, Lalw, alnd Eulcalcion, 4

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner

**KUISONER**  
**KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KETEPATAN PENGIRIMAN**  
**TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**  
**PT Nusantara Express Kilat (Shopee Express)**

#### A. Identitas Responden

Nama :  
Umur :  
Jenis Kelamin :  
Posisi : Konsumen

#### B. Petunjuk Pengisian

Dengan Memberikan Tanda (V) Pada Kotak Yang Sesuai

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	KUALITAS PELAYANAN	SS (Sangat Setuju)	S (Setuju)	TS (Tidak Setuju)	STS (Sangat Tidak Setuju)
<b>KEANDALAN</b>					
1.	Saya merasa pengiriman sesuai dengan waktu yang di janjikan ?				
2.	Saya merasa Pengiriman Konsisten dalam pelayanan atau sesuai dengan jadwal yang ditentukan ?				
3.	Saya merasa pengirim memberikan informasi tentang kapan pelayanan yang di janjikan akan terealisasi ?				
<b>KETANGGAPAN</b>					
4.	Saya merasa pengiriman merespon pelanggan secara cepat dan tepat ?				
5.	Saya merasa pengiriman sigap dalam melayani pelanggan yang bermasalah dalam barang yang rusak dan tidak sesuai ?				
6.	Saya merasa pengiriman bertanggung jawab tentang penanganan konsumen akan masalah pelayanan dan pengiriman?				
<b>JAMINAN</b>					
7.	Saya merasa pengiriman dapat dipercaya untuk pengiriman barang dalam kondisi barang baik atau tidak rusak ?				
8.	Saya merasa pengiriman dapat dipercaya untuk pengiriman barang secara tepat waktu ?				
9.	Saya merasa pengiriman bertanggung jawab penanganan konsumen dengan baik ?				
10.	Saya merasa pengiriman kooperatif saat barang tidaksesuai akan di lakukan pereturan?				

No	HARGA	SS (Sangat Setuju)	S (Setuju)	TS (Tidak Setuju)	STS (Sangat Tidak Setuju)
DAYA BELI					
1.	Saya merasa harga layanan lebih terjangkau dibandingkan jasa pengiriman lainnya ?				
2.	Saya merasa harga jasa pengiriman masih sesuai dengan penghasilan saya ?				
KEMAMPUAN UNTUK MEMBELI					
3.	Saya merasa harga pengiriman memungkinkan saya untuk tetap berbelanja online ?				
4.	Saya merasa biaya layanan tidak memberatkan bagi saya ?				
GAYA HIDUP					
5.	Saya memilih pengiriman ini karna praktis dan mendukung gaya hidup yang cepat dan efisien ?				
6.	Saya merasa nyaman menggunakan pengiriman ini karna banyak orang disetiir saya juga menggunakan ?				
7.	Saya memilih jasa pengiriman ini karna mendukung gaya hidup yang praktis ?				
MANFAAT					
8.	Saya merasa harga layanan sebanding dengan manfaat yang saya dapatkan ?				
9.	Saya merasa puas karna harga sesuai dengan kecepatan dan kualitas ?				
10.	Saya merasa dengan harga yang saya bayarkan dan saya merasa puas atas layanan yang diberikan ?				

No	KETEPATAN PENGIRIMAN	SS (Sangat Setuju)	S (Setuju)	TS (Tidak Setuju)	STS (Sangat Tidak Setuju)
TRANSPORTASI					
1.	Saya merasa kendaraan pengiriman dalam kondisi baik dan layak jalan ?				
2.	Saya merasa Transportasi yang digunakan Sesuai untuk pengiriman barang ?				
3.	Saya merasa transportasi yang digunakan membantu mempercepat pengiriman ?				
ESTIMASI BARANG DATANG					
4.	Saya merasa barang yang di kirim sesuai dengan estimasi tertera di aplikasi shopee?				
5.	Saya jarang mengalami keterlambatan pengiriman ?				
6.	Saya merasa informasi estimasi waktu pengiriman oleh PT. Nusantara Express Kilat (Shopee Express) mudah dipahami dan akurat ?				
JARAK YANG DITEMPUH					
7.	Saya merasa jarak penjual dan pembeli tidak menjadi hambatan pengiriman ?				
8.	Saya merasa kurir menggunakan jalur yang efisien ?				
9.	Mampu mengirim barang tepat waktu meskipun dari luar kota/provinsi ?				
10.	PT. Nusantara Express Kilat (shopee express) mempertimbangkan Lokasi dan rute pengirimian dengan baik ?				

No	KEPUASAN PELAGGAN	SS (Sangat Setuju)	S (Setuju)	TS (Tidak Setuju)	STS (Sangat Tidak Setuju)
<b>PERASAAN PUAS</b>					
1.	Saya merasa puas dengan layanan pengiriman PT Nusantara Express Kilat (Shopee Express) ?				
2.	Pelayanan PT Nusantara Express Kilat (Shopee Express) sesuai dengan harapan saya?				
3.	Saya merasa nyaman menggunakan jasa pengiriman PT Nusantara Express Kilat (Shopee Express)?				
<b>SHERING (BERBAGI PENGALAMAN)</b>					
4.	Saya merekomendasikan PT Nusantara Express Kilat (Shopee Express) kepada orang lain?				
5.	Saya pernah membagikan pengalaman positif menggunakan jasa PT Nusantara Express Kilat (Shopee Express) kepada teman dan saudara?				
6.	Saya akan menggunakan Kembali layanan PT Nusantara Express Kilat (Shopee Express) ?				
<b>TERPENUHI KEBUTUHAN</b>					
7.	PT Nusantara Express Kilat (Shopee Express) mampu memenuhi kebutuhan pengiriman saya dengan baik ?				
8.	Layanan PT Nusantara Express Kilat (Shopee Express) tersedia saat saya membutuhkan ?				
9.	Proses pengiriman PT Nusantara Express Kilat (Shopee Express) membantu aktivitas belanja secara efisien ?				
10.	Layanan PT Nusantara Express Kilat (Shopee Express) membantu saya mendapatkan barang tepat waktu ?				