



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)

Wintia Rahma Wati*)

Rois Arifin**)

Muhammad Khoirul Anwarudin Broto Suharto***)

Email : wintiarahma99@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to determine the effect of e-tracking service quality, delivery timeliness, price and web facilities on customer satisfaction in the midst of the covid 19 outbreak (a case study of J&T Express user Mayjen Panjaitan Malang City). This research belongs to the type of explanatory research with a quantitative approach, which was conducted to examine the effect between variables. The population of this research are customers who have used the services of J&T Express Mayjen Panjaitan Malang City. From this population a sample will be determined using the formula method from Maholtra so that a sample of 95 samples is obtained. Data analysis in this study consisted of instrument testing, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination test. The results of this study state that partially (t) the quality of e-tracking services has no significant effect on customer satisfaction. While the time of delivery, price and facilities have a significant effect on customer satisfaction. The results of the f test show that there is a simultaneous effect between the variables of e-tracking service quality, delivery timeliness, price and web facilities on customer satisfaction in the midst of the COVID-19 outbreak on J&T Express users, Maj. Gen. Panjaitan, Malang City. Adjusted R Square determination test of 73% on the dependent variable, namely customer satisfaction can be explained by the variables of E-tracking service quality (X1), delivery time (X2), price (X3), and web facilities (X4) while 27% is explained by the variable -other variables outside the research model.

Keywords: *customer satisfaction, e-tracking service, on time delivery, price, web facilities*

Pendahuluan

Latar Belakang

Ada beberapa pertimbangan pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang diantaranya adalah layanan *e-tracking*, ketepatan waktu pengiriman, harga, dan Fasilitas Web J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang adalah salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa pengiriman yang memberikan

pelayanan pengiriman dan penerimaan barang maupun dokumen ke berbagai daerah di seluruh Indonesia. Untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan J&T Express meningkatkan pelayanan yang efektif dan efisien untuk menunjang kebutuhan pengiriman semua orang, meningkatkan sistem informasi dan teknologi membuat persaingan antar pesaing semakin ketat. Untuk itu J&T membuat terobosan baru dengan membuat sistem *e-tracking* dimana para pelanggan bisa melihat proses pengiriman barang sendiri. (Andarini, 2016)

Industri kurir di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat karena adanya perilaku masyarakat untuk belanja online. *Chief Executive Officer* J&T Express Robin Lo mengatakan volume pengiriman barang mengalami peningkatan secara nasional dari trafik normal setelah pandemi corona menyebar di Indonesia. J&T Express yang mencatatkan peningkatan volume pengiriman barang hingga 15 % setelah ditetapkannya pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Untuk itu J&T Express memaksimalkan pelayanannya dengan memberikan layanan gratis jemput ditempat tanpa batas minimum, layanan *call center* 24 jam, operasional 24 jam 365 hari, harga reguler *service* premium dan menjangkau seluruh wilayah Indonesia tanpa pihak ke 3. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada tema kepuasan pelanggan perusahaan ekspedisi J&T Express ditengah wabah covid 19. (CBNINDONESIA, 2020)

Berdasarkan pada penjelasan masalah yang terjadi di atas maka melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan E-Tracking, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga Dan Fasilitas Web Terhadap Kepuasan Pelanggan Ditengah Wabah Covid 19 (Studi Kasus Pada Pengguna J&T Mayjen Panjaitan Kota Malang)”**.

Rumusan Masalah

- Apakah Kualitas Layanan *e-tracking*, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga dan Fasilitas Web berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Pelanggan J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang ditengah wabah covid 19 ?
- Apakah Kualitas Layanan *E-tracking* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang ditengah wabah covid 19 ?
- Apakah Ketepatan Pengiriman Waktu berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang ditengah wabah covid 19 ?
- Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang ditengah wabah covid 19 ?
- Apakah Fasilitas Web berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang ditengah wabah covid 19 ?

Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan *e-tracking*, ketepatan waktu pengiriman, harga dan fasilitas web berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pelanggan J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang ditengah wabah covid 19?

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan *e-tracking* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang ditengah wabah covid 19?
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang ditengah wabah covid 19?
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang ditengah wabah covid 19?
- e. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fasilitas web berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang ditengah wabah covid 19?

Manfaat Penelitian

Manfaat secara teoritis

- a. Dipenelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan serta pengetahuan ilmu manajemen pemasaran bagi penulis maupun pembaca.
- b. Diharapkan mampu menjadi bahan referensi untuk akademis yang akan melakukan penelitian sejenis.

Manfaat secara praktis

- a. **Bagi Perusahaan**, Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan bahan pertimbangan, serta menjadi bahan perbaikan bagi perusahaan terkait di dalam perencanaan dan pengembangan strategi pemasaran dalam menghadapi ketatnya persaingan perusahaan lain.
- b. **Bagi Peneliti Berikutnya**, Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian lanjutan tentang layanan *e-tracking*, ketepatan waktu pengiriman, harga, dan fasilitas web ataupun sebagai sumber informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Tinjauan Pustaka

Hasil Penelitian Terdahulu

Pada penelitian Fihartini dan Prasetyo (2017) dengan judul “Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Sistem Pelacakan *On-Line (Web Trace And Tracking)* Terhadap Kepuasan Konsumen”. Hasil penelitian menyatakan bahwa empat hipotesis penelitian dapat diterima, artinya bahwa dimensi variabel kualitas layanan sistem pelacakan online (*Web Trace And Tracking*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pada penelitian Sakti & Mahfudz (2018) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Kota Semarang”. Hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas berpengaruh signifikan dan positif.

Pada penelitian Sintya dkk (2018) dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek *Online* Pada Mahasiswa FEB Unsrat

Manado”. hasil penelitian yaitu menunjukkan bahwa ada pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penelitian Dewantoro dkk (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Fasilitas *Tracking* Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE”. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) fasilitas *tracking* sistem memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penelitian Eviani dan Rachmat (2021) dengan judul “Pengaruh Sistem Pelacakan *Online* Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi)”. Hasil uji F (Simultan) menunjukkan bahwa Sistem Pelacakan *Online* dan Pengiriman Barang Tepat Waktu secara bersama-sama memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pada penelitian Santoso dkk (2021) dengan judul “Pengaruh *Web Trace And Tracking, Logistic Service Quality* Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Layanan JNE Malang)”. hasil pengujian menunjukkan bahwa *web trace and tracking* dan penanganan *complain* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan *logistic service quality* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Tinjauan Teori

Kualitas Layanan E-Tracking

Menurut Fihartini dan Prasetyo (2017) sistem pelacakan *online* adalah suatu sistem yang disediakan oleh suatu perusahaan yang berfokus pada bisnis logistik untuk memudahkan pelanggan mengetahui informasi barangnya selagi masih dalam proses pengiriman dengan cara menuliskan nomor resi.

Ketepatan Waktu Pengiriman

Sakti dan Mahfudz (2018) ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang sangat krusial mengingat ketepatan pengiriman produk yang telah dipesan akan menjadi faktor yang sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Harga

Tjiptono (2011) harga merupakan satuan moneter atau alat ukur lainnya (termasuk barang dan jasa) yang dapat ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

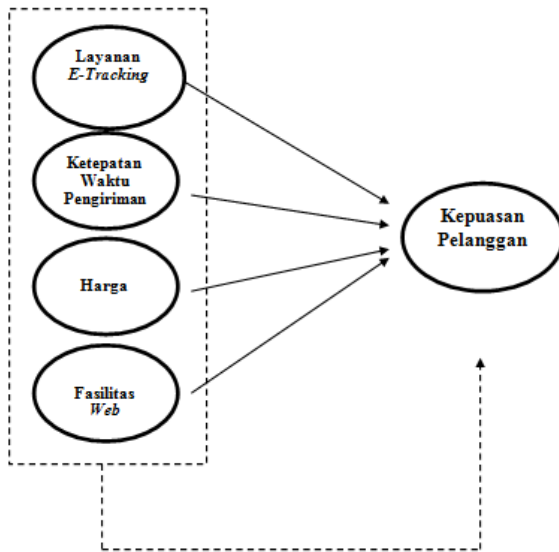
Fasilitas Web

Andari (2017) fasilitas merupakan suatu bentuk kebendaan yang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

Kepuasan Pelanggan

Kasmir (2017) kepuasan pelanggan merupakan suatu harapan atau perasaan atas pembelian suatu barang atau jasa. Yang mana apa yang diharapkan dapat tercapai sesuai dengan kenyataan.

Kerangka Koseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

- H_1 : Kualitas Layanan *E-Tracking*, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga, Dan Fasilitas Web berpengaruh secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- H_2 : Kualitas Layanan *E-Tracking* berpengaruh secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- H_3 : Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- H_4 : Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.
- H_5 : Fasilitas Web berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah explanatory research yaitu penelitian untuk menjelaskan kedudukan variabel satu dengan variabel lainnya (Sugiyono, 2017). Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dikarenakan penelitian ini mengandung angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan J&T Express Mayjen Panjaitan No. 247 Kota Malang.

Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Oktober 2021 sampai Februari 2022.

Populasi dan Sampel

populasi gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa atau yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran. Malhotra (2009) Populasi penelitian ini adalah para pengguna J&T Express Mayjen Panjaitan yang tidak diketahui secara pasti, maka penentuan sampel nya sebanyak 95 responden dengan menggunakan rumus yang ditentukan oleh (malholtra, 2014). Dengan teknik *Purposive sampling*. Adapun kriteria dalam penelitian ini yaitu :

- a. Sudah berusia 18 tahun keatas.
- b. Sudah menggunakan jasa J&T Express mayjen panjaitan kota Malang minimal dua kali.

Definisi Operasional Variabel**Variabel Dependen****1. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan respon seorang pelanggan mengenai kebutuhannya yang terpenuhi, dengan perasaan yang memuaskan dan menyenangkan.

- a. Kesuaian harapan dan kenyataan
- b. Kualitas *customer service*
- c. Kesiediaan merekomendasikan
- d. Minat menggunakan kembali

Variabel Independen**1. Kualitas Layanan *E-Tracking***

Layanan yang dapat memudahkan pelanggan untuk melihat posisi barang yang telah dikirim atau dibeli melalui *website*. Indikator penelitian ini sebagai berikut :

- a. *Efficiency*
- b. *Realibility*
- c. *Fullfillment*
- d. *Privacy*

2. Ketepatan Waktu Pengiriman

Suatu proses pengiriman yang harus dilakukan sesuai dengan waktu yang ditentukan, untuk menghindari komplain dari pelanggan. Indikator penelitian ini sebagai berikut :

- a. Ketepatan dalam jasa pengiriman barang
- b. Tentukan akurasi harga
- c. Tentukan ketepatan waktu

d. Hindari menunda

3. Harga

Senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin membelinya. Indikator penelitian ini sebagai berikut :

- Kesesuaian hargadengan manfaat
- Daya saing harga
- Keterjangkauan harga

4. Fasilitas Web

fasilitas yang disediakan oleh perusahaan berupa website/aplikasi untuk mempermudah pelanggan dalam mencari informasi yang lebih lengkap. Indikator penelitian ini sebagai berikut :

- Website J&T Express
- Website Responsive
- Design Website yang simpel dan mudah digunakan
- Speed Website yang cepat
- Konten yang menarik dan relevan

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validasi

Tabel 1 Hasil Uji Validasi

Variabel	indikator	r hitung	r table	Keterangan
Kualitas Layanan <i>E-tracking</i>	X1.1	0,824	0,202	VALID
	X1.2	0,703	0,202	VALID
	X1.3	0,793	0,202	VALID
	X1.4	0,807	0,202	VALID
Ketepatan Waktu Pengiriman	X2.1	0,829	0,202	VALID
	X2.2	0,777	0,202	VALID
	X2.3	0,649	0,202	VALID
	X2.4	0,866	0,202	VALID
Harga	X3.1	0,743	0,202	VALID
	X3.2	0,899	0,202	VALID
	X3.3	0,892	0,202	VALID
Fasilitas	X4.1	0,818	0,202	VALID
	X4.2	0,627	0,202	VALID
	X4.3	0,716	0,202	VALID
	X4.4	0,727	0,202	VALID
	X4.5	0,654	0,202	VALID
Kepuasan Pelanggan	Y.1	0,867	0,202	VALID
	Y.2	0,750	0,202	VALID
	Y.3	0,777	0,202	VALID
	Y.4	0,835	0,202	VALID
	Y.5	0,858	0,202	VALID

Sumber : Data primer diolah 2021

Hasil uji pada tabel 1 dapat dijelaskan bahwa seluruh item pada pernyataan dari kuesioner mempunyai nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ 0,202 maka pernyataan kuesioner dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's alpha	N of items	Keterangan
1	Kualitas Layanan <i>E-tracking</i>	0,789	4	Reliabel
2	Ketepatan Waktu Pengiriman	0,786	4	Reliabel
3	Harga	0,804	3	Reliabel
4	Fasilitas	0,732	5	Reliabel
5	Kepuasan Pelanggan	0,875	5	Reliabel
Total			21	

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Hasil pada tabel 2 dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan Y menghasilkan *cronbach's alpha* $> 0,6$ dan karena hasil tersebut lebih dari *cronbach's alpha*, maka alat ukur dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	1,4714813
Most Extreme Differences	Absolute	0,064
	Positive	0,064
	Negative	-0,048
Test Statistic		0,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,a}

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan dari hasil tabel 3 diatas diketahui kualitas layanan (X_1), ketepatan waktu pengiriman (X_2), harga (X_3), fasilitas web (X_4) dan kepuasan pelanggan (Y) mempunyai *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Nilai	VIF	Keterangan
	tolerance		
Kualitas Layanan <i>E-tracking</i> (X_1)	0,383	2,614	Non multikolinieritas
Ketepatan Waktu Pengiriman (X_2)	0,412	2,426	Non multikolinieritas
Harga (X_3)	0,469	2,133	Non multikolinieritas
Fasilitas (X_4)	0,364	2,748	Non multikolinieritas

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel 4 diketahui variabel bebas dalam penelitian ini memiliki nilai tolerance $> 0,10$ atau $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Bebas	Sig.	Keterangan
Kualitas Layanan <i>E-tracking</i> (X1)	0,697	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	0,291	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Harga (X3)	0,071	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Fasilitas (X4)	0,206	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel 5 diketahui bahwa variabel bebas pada penelitian ini mempunyai nilai signifikansi $> 0,05$ maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas atau dengan kata lain asumsi *non* heteroskedastisitas telah terpenuhi.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,135	1,292		0,878	0,382
	KUALITAS LAYANAN <i>E-TRACKING</i>	0,122	0,104	0,102	1,173	0,244
	KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN	0,455	0,107	0,356	4,258	0
	HARGA	0,418	0,111	0,294	3,754	0
	FASILITAS	0,254	0,095	0,238	2,674	0,009

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1,135 + 0,122X_1 + 0,455X_2 + 0,418X_3 + 0,254X_4 + e$$

Persamaan tersebut memiliki arti, sebagai berikut:

1. *Constant* memiliki nilai 1,135, artinya jika variabel kualitas layanan *E-tracking* , ketepatan waktu pengiriman, harga dan fasilitas web memiliki nilai 0, maka kepuasan pelanggan J&T Express Mayjen Panjaitan akan mengalami kenaikan yang positif.
2. layanan *E-tracking* (X₁) sebesar 0,122 , menyatakan bahwa apabila kualitas layanan *E-tracking* mengalami kenaikan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat, dengan asumsi variabel lain konstan.
3. ketepatan waktu pengiriman (X₂) sebesar 0,455, menyatakan bahwa apabila ketepatan waktu pengiriman mengalami kenaikan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat, dengan asumsi variabel lain konstan.
4. harga (X₃) sebesar 0,418, menyatakan bahwa apabila harga mengalami kenaikan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat, dengan asumsi variabel lain konstan.
5. fasilitas web (X₄) sebesar 0,254 menyatakan bahwa apabila fasilitas web mengalami kenaikan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat, dengan asumsi variabel lain konstan.

Uji Hipotesis

Uji F

Tabel 7 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	580,403	4	145,101	64,162	,000 ^b
Residual	203,534	90	2,261		
Total	783,937	94			

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel 7, diperoleh nilai $F_{hitung} 64,162 > F_{tabel} 2,47$ maka H_0 diterima, maka dapat disimpulkan kualitas layanan *e-tracking*, ketepatan waktu pengiriman, harga, dan fasilitas web secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima

Uji t

Tabel 8 Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.	Beta		
1 (Constant)	1,135	1,292		0,878	0,382
KUALITAS LAYANAN <i>E-TRACKING</i> (X1)	0,122	0,104	0,102	1,173	0,244
KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN (X2)	0,455	0,107	0,356	4,258	0,000
HARGA (X3)	0,418	0,111	0,294	3,754	0,000
FASILITAS (X4)	0,254	0,095	0,238	2,674	0,009

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

1. kualitas layanan *e-tracking* (X₁) sebesar 1,173 hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,173 < 1,987) H_2 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas layanan *e-tracking* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. ketepatan waktu pengiriman (X₂) sebesar 4,258 hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,258 > 1,987) H_3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Harga (X₃) sebesar 3,754 hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,754 > 1,987) H_4 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Fasilitas (X₄) sebesar 2,674 hal ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,674 > 1,987) H_5 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi R²

Tabel 9 hasil uji Koefisien Determinasi R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,861 ^a	0,741	0,73	1,501

Sumber : Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel 9 uji koefisien determinasi R² menunjukkan bahwa variabel dependen yaitu kualitas layanan *E-tracking* (X₁), ketepatan waktu pengiriman (X₂), Harga (X₃), dan Fasilitas (X₄), terhadap variabel independen yaitu kepuasan pelanggan (Y)

diperoleh nilai R^2 sebesar 0,73 dalam penelitian *Standart Error of Estimase* (SEE) berdasarkan tabel terdapat 1,501 semakin kecil nilai SEE maka akan semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

Implikasi Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Layanan *E-Tracking*, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga, Dan Fasilitas Web Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji f (simultan) menunjukkan bahwa $F_{hitung} 64,162 > F_{tabel} 2,47$ maka H_1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan *e-tracking*, ketepatan waktu pengiriman, harga, dan fasilitas web secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang.

2. Pengaruh Kualitas *E-Tracking* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisis uji t menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (1,173 < 1,987)$ maka H_2 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas layanan *e-tracking* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang.

3. Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisis uji t menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (4,258 > 1,987)$ maka H_3 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang.

4. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

berdasarkan analisis uji t menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (3,754 > 1,987)$ maka H_4 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang.

5. Pengaruh Fasilitas Web Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan analisis uji t menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel} (2,674 > 1,987)$ maka H_5 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Fasilitas web berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang.

Simpulan dan Saran

Simpulan

- Bahwa terdapat pengaruh secara simultan variabel kualitas layanan *e-tracking*, ketepatan waktu pengiriman, harga, dan fasilitas web berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- Secara parsial variabel kualitas layanan *e-tracking* tidak berpengaruh signifikan atau berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan.
- Secara parsial variabel ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Secara parsial variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Secara parsial variabel fasilitas web berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaannya terkendala dengan terbatasnya waktu, responden yang diambil hanya 95 dan variabel penelitian ini hanya meneliti kualitas layanan *e-tracking*, ketepatan waktu pengiriman, harga, dan fasilitas web terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang.

Saran

1. Layanan *e-tracking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Dimana J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang diharapkan lebih meningkatkan kualitas layanan sistem *web tracking* guna dengan lebih memaksimalkan fitur yang ada pada aplikasi yang ada di J&T Express guna meningkatkan kepuasan pelanggan J&T Express serta memberikan tampilan website yang lebih mudah digunakan pengguna, menghadirkan desain tampilan yang sederhana, cepat, mudah dipahami atau dimengerti oleh pengguna.
2. J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang diharapkan selalu menjaga dan meningkatkan ketepatan waktu pengiriman kepada konsumen dengan tepat sesuai yang dijanjikan, tanggung jawab serta terpercaya agar terciptanya kepuasan pelanggan.
3. Diharapkan tetap mempertahankan sistem harga yang telah dilakukan sekarang sesuai dengan sistem pasar dan dibutuhkan oleh pelanggan.
4. Diharapkan lebih meningkatkan fasilitas web agar pelanggan mudah dalam menggunakan website atau aplikasi yang difasilitasi J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang.

Daftar Pustaka

- Andarini, S. A. (2016). Faktor-faktor Pelayanan yang Dipertimbangkan Pelanggan Dalam Memilih Jasa Pengiriman Barang Pada JNE Cabang Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(2).
- Dewantoro, D., Aryani, L., & Marzuki, F. (2020, November). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 278-293)".
- Eviani, I., & Hidayat, Y. R. (2021). "Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi)". *JURNAL MANAJEMEN LOGISTIK*, 1(1), 11-19.
- Fihartini, Y., & Prasetyo, K. (2017). "Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Sistem Pelacakan On-Line (Web Trace And Tracking) Terhadap Kepuasan Konsumen". *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 13(3), 185-276.
- Gibran M. 2020. "Saat PSBB, Volume Pengiriman Jasa Naik 15%", <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200624125706-8-167653/saat-psbb-volume-pengiriman-jt-express-naik-15>, diakses pada 13 Oktober 2021 pukul 19.45.



- Grafis N 2022, “Kriteria Website Yang Berkualitas Baik”, <https://www.google.com/amp/s/whello.id/tips-digital-marketing/kriteria-website-yang-berkualitas-baik/amp/>, diakses pada 23 Februari 2022 pukul 18:45.
- Kasmir. 2017. Customer Service Excellent. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Maholtra, N. K. (2014). Riset Pemasaran (Marketing Research) (Edisi 4 Jilid). New Jersey, Indonesia: PT Indeks.
- Malhotra, Naresh K. (2009). Riset Pemasaran Pendekatan Terapan Jilid 1. Jakarta: PT Index.
- Sakti, B. J., & Mahfudz, M. (2018). “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada J&T Express Kota Semarang)”. *Diponegoro Journal Of Management*, 7(4), 137-144.
- Santoso, A. K., Arifin, R., & Rahman, F. (2021). “Pengaruh Web Trace and Tracking, Logistic Service Quality dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Layanan JNE Malang)”. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(05).
- Sintya, L. I., Lopian, S. J., & Karuntu, M. M. (2018). “Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Go-jek online pada mahasiswa FEB Unsrat Manado”. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3).
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2011. Pemasaran Jasa, Bayumedia, Malang.

Wintia Rahma Wati*) Adalah Mahasiswa FEB UNISMA

Rois Arifin**) Adalah Dosen Tetap FEB UNISMA

Muhammad Khoirul Anwarudin Broto Suharto***) Adalah Dosen Tetap FEB UNISMA