

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Kepercayaan
Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Malang)**

Aisyah Ainun Unsiyah *)

Rois Arifin **)

M. Tody Arsyianto *)**

Email : aisyahainunu@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to determine and analyze the relationship between service quality, timeliness and trust in shopee express customer satisfaction. This research uses studies on students in the city of Malang. The data was obtained by distributing questionnaires via Google form to students in the city of Malang who were selected by purposive sampling. Determining the number of samples in this study used the Malhotra formula and the results obtained were 80 respondents. The analytical method used in this study is instrument test (validity test, reliability test), normality test, classical assumption test (multicollinearity test, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, hypothesis testing (F test and t test), coefficient of determination test. (Adjusted R²) data processing using the IBM SPSS 24 program. The results of this study indicate that service quality, timeliness and trust have a simultaneous effect on customer satisfaction, service quality has a partial effect on customer satisfaction but not significant, timeliness has a partial effect on customer satisfaction customers but not significant, and trust has a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Timeliness, Trust, Customer Satisfaction

Pendahuluan

Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang semakin modern tidak dapat kita hindari. Karena saat ini semua jenis kegiatan masyarakat dapat difasilitasi oleh teknologi. Dengan adanya teknologi pada dasarnya adalah untuk mempermudah manusia dalam menjalankan sesuatu hal terutama berbelanja *online*. Selain mempermudah masyarakat untuk berbelanja *online*, teknologi dan internet juga memiliki manfaat yang signifikan bagi wirausahawan. Banyak pelaku bisnis yang telah menggunakan internet untuk mendukung bisnis mereka. Di masa lalu pedagang memiliki akses terbatas untuk dapat mempresentasikan produk mereka kepada khalayak umum. Namun berkat internet, seorang wirausahawan dapat memperkenalkan produk atau jasa untuk dijual dengan mudah dan cepat. Hal tersebut menjadi faktor banyaknya bermunculan penyedia *website online* atau *market place*. Salah satu *market place* yang banyak diminati masyarakat di Indonesia ialah Shopee.

Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak di bidang jual beli secara online dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan *smartphone*. Banyaknya penawaran yang disediakan membuat masyarakat senang berbelanja di shopee sehingga

membuat platform ini lebih unggul dari platform yang lainnya. Keunggulan-keunggulan yang dapat dirasakan konsumen mulai dari banyaknya voucher gratis ongkir, memiliki fitur COD, bisa bertransaksi menggunakan koin, dan bahkan shopee memiliki layanan ekspedisi sendiri yang disebut shopee express.

Shopee express adalah jasa pengiriman oleh shopee untuk penjual yang terpilih. Pengiriman shopee express berguna dalam menghindari barang yang tidak sampai dengan menyediakan proses pengiriman yang lebih cepat. Shopee express juga memberikan garansi dana kembali jika ternyata paket mengalami kerusakan ataupun hilang saat proses pengiriman. Hal ini karena tidak sedikit konsumen shopee yang mengeluh jasa pengiriman barang, mulai dari barang yang rusak hingga paket yang terlambat datang. Pengiriman akan ditangani langsung oleh tim resmi dari shopee. Jadi, barang pesanan akan di packing, diberi alamat, dan dikirim oleh tim dari shopee. Jasa ekspedisi resmi dari shopee ini akan mendukung keberlangsungan bisnis penjual dan mengirimkan pesanan pembeli. Hal ini tentunya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berbelanja di platform shopee.

Namun belakangan ini shopee express menjadi sorotan karena banyaknya paket yang hilang karena terbengkalai. Estimasi pengiriman paket tidak sesuai dengan yang ditentukan. Paket diretur dengan alasan overload, bahkan semua seller dipaksa untuk menggunakan jasa pengiriman shopee express. Hal ini karena fitur shopee express tidak dapat dinonaktifkan karena jasa kirim tersebut diaktifkan secara otomatis oleh pihak shopee. Sehingga penjual di shopee tidak memiliki pilihan lain, dan menyebabkan banyak pelanggan shopee mengeluh atas kualitas pelayanan yang diberikan, serta mengeluh atas ketepatan waktu pengiriman karena menjadi faktor berkurangnya kepercayaan sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan.

Kotler (2012) mendasarkan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya jika kinerja tidak sesuai harapan maka konsumen akan merasa kecewa. Memenuhi kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang atas jasa pelayanan cenderung untuk menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari.

Menurut Kasmir (2017) Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam bentuk yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan.

Menurut Hafizha (2019), menandakan bahwa ketepatan waktu yakni pesanan terkirim secara lengkap dan tepat pada tanggal yang disepakati. Dapat disimpulkan bahwa ketepatan waktu merupakan jangka waktu pengiriman hingga sampai ke alamat tujuan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah pengiriman paket sampai tepat waktu atau tidak. shopee express hadir memiliki empat pelayanan pengiriman dengan estimasi yang berbeda-beda, sehingga pelanggan dapat memilih estimasi waktu yang di inginkan.

(Sari, 2020:23) Kepercayaan merupakan keterlibatan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa partner-nya akan memberikan kepuasan yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa

kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya. Kepercayaan tidak begitu saja bisa di miliki oleh sang penjual karena suatu kepercayaan dapat dibentuk dari awal dan harus dapat dibuktikan. Kepercayaan seorang pelanggan terus dibangun oleh perusahaan karena sangat memicu pada loyalitas pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pelanggan secara kuat akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kajian teori dan pendapat dari beberapa ahli diatas, maka dapatlah dirumuskan judul penelitian sebagai berikut Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express.

Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- Apakah kualitas pelayanan, petepatan waktu, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan shopee express?
- Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan shopee express?
- Apakah ketepatan waktu berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan shopee express?
- Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan shopee express?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan shopee express?
- Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan shopee express?
- Untuk mengetahui dan menganalisis ketepatan waktu berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan shopee express?
- Untuk mengetahui dan menganalisis kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan shopee express?

Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Manfaat Praktis**
Dapat memberikan gambaran serta saran yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.
- Manfaat Teoritis**
Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan ketepatan waktu, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Kepuasan Pelanggan

Kotler (2012 : 46) mendasarkan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya jika kinerja tidak sesuai harapan maka pelanggan akan merasa kecewa. Pelanggan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui.

Kualitas Pelayanan

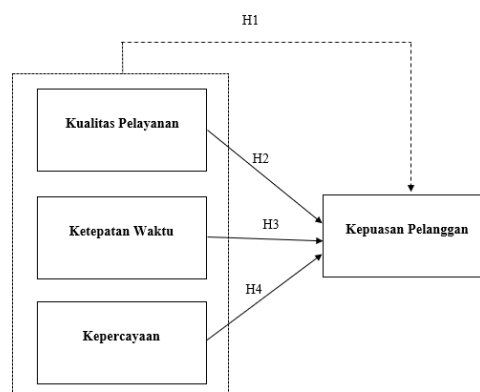
Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada kebutuhan dan persyaratan, untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Ketepatan Waktu

Menurut Sakti dan Mahfudz (2018) ketepatan waktu sangat penting, mengingat ketepatan pengiriman pesanan akan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketepatan waktu dalam pengiriman bisa untuk memenuhi permintaan pelanggan adalah satu satunya variabel yang berguna dalam menaikan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan tersebut sehingga pelanggan akan merasakan keinginan dan harapannya untuk menggunakan jasa tersebut terpenuhi, maka akan timbul rasa kepuasan oleh pelanggan tersebut.

Kepercayaan

Menurut Lestari dan Hidayat (2019) Kepercayaan pelanggan sebagai suatu kerelaan untuk bergantung kepada partner dalam suatu hubungan transaksi dimana dalam diri partner itulah diletakkan keyakinan. Kepercayaan harus dibangun dan dibuktikan agar kepuasan pelanggan dapat terwujud.



Gambar 1. Model Penelitian

- Hipotesis 1 Bahwa Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express.
- Hipotesis 2 Bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express.
- Hipotesis 3 Bahwa Ketepatan Waktu berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express.

- d) Hipotesis 4 Bahwa Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian dan Sumber Data

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian hendak diperoleh, maka jenis penelitian yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan metode kuantitatif, Menurut Sugiyono (2015) Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan (scoring). Jadi data kuantitatif merupakan data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan teknik statistik. Data tersebut dapat berupa angka atau skor dan biasanya diperoleh dengan menggunakan alat pengumpul data yang jawabannya berupa rentang skor atau pertanyaan yang diberi bobot yang bertujuan untuk menguji pengaruh hubungan antar variabel.

Populasi Dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019:126) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari: objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan dalam untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa di Kota Malang yang menggunakan shopee express sebagai jasa pengiriman saat berbelanja di platform shopee. Namun tidak diketahui secara pasti.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini medasar dari teori menurut Malhotra (2006) mengemukakan bahwa jumlah anggota sampel ditetapkan dengan minimal 5 sampai 10 kali dari jumlah indikator yang diteliti, untuk memudahkan dalam menentukan sampel, item yang hendak digunakan dalam penelitian ini berjumlah 4 variabel, dengan jumlah indikator sebanyak 16 item, maka sampel yang digunakan untuk penelitian ini berjumlah 80 responden, jumlah tersebut berasal dari $N = 16 \times 5 = 80$ responden.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Kode Item	Pearson Korelasi	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.P1	0,794	0,05	Valid
	X1.P2	0,814	0,05	Valid
	X1.P3	0,711	0,05	Valid
	X1.P4	0,803	0,05	Valid
	X1.P5	0,756	0,05	Valid
Ketepatan Waktu (X2)	X2.P1	0,937	0,05	Valid
	X2.P2	0,932	0,05	Valid
Kepercayaan (X3)	X3.P1	0,824	0,05	Valid
	X3.P2	0,831	0,05	Valid
	X3.P3	0,841	0,05	Valid
	X3.P4	0,835	0,05	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.P1	0,769	0,05	Valid
	Y.P2	0,719	0,05	Valid
	Y.P3	0,784	0,05	Valid
	Y.P4	0,763	0,05	Valid
	Y.P5	0,786	0,05	Valid

Berdasarkan pada uji validitas pada tabel 1, menunjukkan bahwa nilai r hitung variabel Kualitas Pelayanan (X1), Ketepatan Waktu (X2), Kepercayaan (X3), dan Kepuasan Pelanggan (Y) yang dilihat pada nilai Pearson Correlation menunjukkan nilai yang lebih besar dari r tabel 0,05 maka dapat dinyatakan semua item variabel valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,832	Diterima/Reliabel
2	Ketepatan Waktu (X2)	0,855	Diterima/Reliabel
3	Kepercayaan (X3)	0,853	Diterima/Reliabel
4	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,821	Diterima/Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas dalam tabel 2 yang menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* >0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item variabel Kualitas Pelayanan (X1), Ketepatan Waktu (X2), Kepercayaan (X3), dan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki tingkat reliabilitas yang baik atau dinyatakan bahwa semuanya dapat diterima atau reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,15075801
Most Extreme Differences	Absolute	,076
	Positive	,076
	Negative	-,071
Test Statistic		,076
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.

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa hasil uji normalitas menunjukkan Asymp Sig 0,2 dimana lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian tersebut adalah berdistribusi normal dan dinyatakan valid.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Tabel 4 Uji Multikolinieritas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,273	3.658	Bebas Multikolinieritas
2	Ketepatan Waktu (X2)	0,490	2.040	Bebas Multikolinieritas
3	Kepercayaan (X3)	0,295	3.395	Bebas Multikolinieritas

Berdasarkan tabel 4 dinyatakan bahwa variabel bebas terbebas dari multikolinearitas. Hal ini dikarenakan nilai tolerance pada variabel X1 $0,273 > 0,01$ dan nilai VIF nya $3.658 < 10$. Lalu pada nilai tolerance variabel X2 $0,490 > 0,01$ dan nilai VIF nya $2.040 < 10$. Nilai tolerance variabel X3 $0,295 > 0,01$ dan nilai VIF nya $3.395 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas tersebut terbebas dari multikolinearitas atau tidak ada keterikatan antar variabel bebas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Sig.	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,904	Bebas Heteroskedastitas
2	Ketepatan Waktu (X2)	0,480	Bebas Heteroskedastitas
3	Kepercayaan (X3)	0,306	Bebas Heteroskedastitas

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai Signifikasi variabel X1, X2, dan X3 dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastitas.

Analisis Linier Berganda

Tabel 6 Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.516	1.770		.003
	X1	.284	.161	.288	.082
	X2	.084	.257	.040	.746
	X3	.480	.198	.381	.018

a. Dependent Variable: Y

Dari nilai yang terdapat pada table 6 maka dapat dibuat persamaan linier sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

$$Y = 5,516 + 0,284X_1 + 0,084X_2 + 0,480X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Ketepatan Waktu

X3 = Kepercayaan

- Nilai konstanta diketahui sebesar 5,516 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan bernilai 0 maka didapatkan nilai kepuasan pelanggan 5,516.
- Nilai b1 pada variabel Kualitas Pelayanan atau X1 menghasilkan angka positif sebesar 0,284. Dari hasil tersebut dapat diartikan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif tapi tidak signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- Nilai b2 pada variabel Ketepatan Waktu atau X2 menghasilkan angka positif sebesar 0,084. Dari hasil tersebut dapat diartikan Ketepatan Waktu berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Nilai b3 pada variabel kepercayaan atau X3 menghasilkan angka positif sebesar 0,480. Dari hasil tersebut menjelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan apabila kepercayaan terjangkau maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Tabel 7 Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	296.752	3	98.917	20.572	.000 ^b
Residual	365.435	76	4.808		
Total	662.188	79			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Berdasarkan tabel 7 di atas diketahui bahwa nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Maka artinya terdapat pengaruh antara variabel bebas (Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) secara simultan. Dengan demikian maka H1 dapat diterima atau berpengaruh secara simultan.

Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Tabel 8 Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.516	1.770		3.117	.003
X1	.284	.161	.288	1.765	.082
X2	.084	.257	.040	0.326	.746
X3	.480	.198	.381	2.429	.018

a. Dependent Variable: Y

- Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai nilai signifikan 0,082 yang artinya lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H2 tidak dapat diterima atau berpengaruh positif tapi tidak signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.
- Variabel Ketepatan Waktu memiliki nilai signifikan 0,746 yang artinya lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 tidak dapat diterima atau berpengaruh positif tapi tidak signifikan antara Ketepatan Waktu dengan Kepuasan Pelanggan.

- c. Variabel Kepercayaan memiliki nilai signifikan 0,018 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H4 dapat diterima atau berpengaruh positif dan signifikan antara Kepercayaan dengan Kepuasan Pelanggan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9 Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,669 ^a	,448	,426	2,193

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan (X3), Ketepatan Waktu (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil tabel 9 menunjukkan bahwa nilai Adjusted R2 sebesar 0,426 atau 42,6% yang artinya nilai variabel X1,X2, dan X3 mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 42,6%. Sedangkan sisanya sebesar 57,4% adalah variabel lain yang mempengaruhi dan tidak terdapat dalam penelitian ini.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis pertama menguji pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan shopee express. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan shopee express.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sakti dan Mahfudz (2018) dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. (Studi pada J&T Express Kota Semarang). Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Hafizha dkk (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. (Studi Kasus pada Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar). Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Hidayat (201 9) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. GLOBAL JET EXPRESS (J&T) Surabaya.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini bisa terjadi dikarenakan shopee express masih memiliki kualitas pelayanan yang kurang baik. Berdasarkan dari hasil distribusi responden, shopee express harus memahami keinginan konsumen agar tidak terdapat keluhan yang berakibat negatif terhadap kepuasan pelanggan. Tentunya semakin sedikit keluhan yang didapatkan perusahaan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Hafizha dkk (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. (Studi Kasus pada Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar). Kemudian penelitian yang dilakukan oleh

Ibrahim dan Thawil (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel ketepatan waktu berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini bisa terjadi dikarenakan shopee express masih terlambat saat mengantarkan paket ke alamat tujuan. Sehingga pelanggan tidak menerima paket sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Padahal adalah hak pelanggan untuk mendapat kepastian waktu paket yang akan diterima. Dengan ketepatan waktu penerimaan paket oleh pelanggan, tentunya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Sakti dan Mahfudz (2018) dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan. (Studi pada J&T Express Kota Semarang), Hafizha dkk (2019) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. (Studi Kasus pada Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar), Dewantoro dkk (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Fasilitas Tracking Sistem terhadap Kepuasan Pelanggan JNE, Rohman dan Abdul (2021) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express di masa Pandemi COVID'19, Artati dan Ernawati (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan pada J&T Expres Kota Bima.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa shopee express dapat menjaga kepercayaan yang diberikan pelanggan. Kepercayaan merupakan tolak ukur kepuasan pelanggan shopee express. Oleh karena itu perusahaan shopee express harus tetap menjaga hubungan baik dengan pelanggan agar semakin besar kepercayaan pelanggan terhadap jasa yang diberikan. Tentunya dengan kepercayaan yang didapatkan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Hidayat (2019) yang menyatakan bahwa kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Simpulan Dan Saran

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan shopee express. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan shopee express sebagai berikut :

- a. Variabel Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan mendorong tingkat Kepuasan Pelanggan shopee express.
- b. Variabel Kualitas Pelayanan tidak mendorong tingkat Kepuasan Pelanggan shopee express.

- c. Variabel Ketepatan Waktu tidak mendorong tingkat Kepuasan Pelanggan shopee express.
- d. Variabel Kepercayaan mendorong tingkat Kepuasan Pelanggan shopee express.

Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini penulis telah melakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih mempunyai beberapa keterbatasan yaitu :

- a. Dengan adanya keterbatasan waktu maka penelitian ini hanya menggunakan variabel Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan sebagai variabel bebas dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel terikat. Sehingga variabel – variabel lain yang berpengaruh terhadap variabel terikat tidak dibahas dalam penelitian ini.
- b. Penelitian ini hanya melakukan dengan mengambil 80 sampel Mahasiswa yang pernah berbelanja di shopee dan menggunakan jasa shopee express sebagai jasa pengiriman.

Saran

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian diatas, masih banyak keterbatasan sehingga perlu banyak diperbaiki. Adapun saran yang penulis simpulkan diantaranya sebagai berikut :

- a. Bagi perusahaan
Shopee express harus meningkatkan Kualitas Pelayanan agar dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, serta shopee express harus dapat tepat waktu saat melakukan pengiriman agar pelanggan dapat menerima paket sesuai dengan estimasi yang ditentukan, dengan begitu pelanggan akan merasa puas dan kepuasan pelanggan akan tercapai. Selanjutnya shopee express harus tetap menjaga dan mempertahankan kepercayaan pelanggan agar tetap meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - 1) Agar dapat menambahkan variabel – variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
 - 2) Dapat dilakukan penambahan responden agar penelitian mendapatkan hasil yang memuaskan.
 - 3) Dapat menambah item pertanyaan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi.

Referensi

- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101.
- Artati, S. E. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan pada j&t express kota bima. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 9(1), 107–115.
- Dewantoro, D., Aryani, L., & Marzuki, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne. *Journal Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 278–293.
- Hafizha, S., Abdurrahman, & Sri Nuryani, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan

- Pelanggan J&T Express. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 2(1).
<https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.26>
- 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.
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent Teori dan Praktik. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Malhotra, Naresh K. 2006. Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan. Edisi Keempat. Jilid 2. PT Indeks. Jakarta.
- Lestari, A. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Globat Jet Express (J & T) Surabaya. Jurnal ILMU Dan Riset Manajemen, 8(7), 1–19.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2319>
- Rohman, S., & Abdul, F. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express Di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Logistik Indonesia, 5(1), 73–85. <https://doi.org/10.31334/logistik.v5i1.1188>
- Sakti, B. J. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layana, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J & T Express Kota Semarang). Journal of Manajemen, 7, 1–9.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/22343>.
- Sari, R.P., and Yasa, N.N. (2020). Kepercayaan Pelanggan di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran .. - Anak Agung Ratih Permata Sari, Ni Nyoman Kerti Yasa - Google Buku ed Andriyanto (Klaten: Lakeisha)
- Sugiyono. (2015). Metodologi Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung :Alfabeta
- Sugiyono. (2019). Statistika untuk Penelitian. Bandung :Alfabeta

Aisyah Ainun Unsiyah *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Rois Arifin **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

M. Tody Aryianto ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma