

## Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Ketepatan Waktu Pengiriman sebagai Variabel Moderasi pada PT JNE Express Cabang Karangawen

Nurul Dyah Ayu Fajrin<sup>1</sup>, Firdaus Firdaus<sup>2\*</sup>, Muhammad Syaiful Huda<sup>3</sup>, Dien Maulana Akbar<sup>4</sup>, Jumai Jumai<sup>5</sup>, Fitri Amalia Pratama<sup>6</sup>, Sherly Vera Ari Sabrina<sup>7</sup>

<sup>1-7</sup> Universitas Muhammadiyah Semarang

Jl. Kedungmundu No.18, Kedungmundu, Kec. Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah 50273, Indonesia

\*Korespondensi penulis: [fir@unimus.ac.id](mailto:fir@unimus.ac.id)

**Abstract:** This research is a type of quantitative research with accidental sampling method. The population in this study were 100 consumers who used the services of JNE Express Karangawen branch with a total sample of 100 people. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for the validity and reliability of the data. The data analysis method used consisted of normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. While the data analysis techniques used to answer the hypothesis include moderated regression analysis (MRA), *t* test, *F* test, and analysis of the coefficient of determination (*R*<sup>2</sup>). The results of this study indicate that (1) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with a regression coefficient of service quality of 0.374 and a value of  $t_{count} > t_{table}$  that is  $3.578 > 1.984$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . (2) timeliness of delivery is a moderating variable that strengthens the effect of service quality on delivery time satisfaction with a value of  $t_{count} > t_{table}$  which is  $3,559 > 1,984$  and a significance value of  $0,003 < 0,05$ . (3) service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction with timeliness of delivery as a moderating variable with a regression coefficient value of 0.18 on time delivery and a value of  $F_{count} > F_{table}$  that is  $4.845 > 3.937$  and a significance value of  $0.042 < 0.05$ .

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction, Timeliness of Delivery, JNE

**Abstrak:** Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode accidental sampling. Populasi pada penelitian ini sebanyak 100 orang konsumen yang menggunakan jasa JNE Express cabang karangawen dengan jumlah sampelnya sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji kevalidan dan kereabilitasan data nya. Metode analisis data yang digunakan terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis diantaranya *moderated regression analysis* (MRA), uji *t*, uji *F*, dan analisis koefisien determinasi (*R*<sup>2</sup>). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,374 dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,578 > 1,984$  serta nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . (2) ketepatan waktu pengiriman menjadi variabel moderasi yang memperkuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan waktu pengiriman dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,559 > 1,984$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$ . (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan ketepatan waktu kirim sebagai variabel moderasi dengan nilai koefisien regresi ketepatan waktu kirim sebesar 0,18 dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $4,845 > 3,937$  serta nilai signifikansi sebesar  $0,042 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Ketepatan Waktu Kirim, JNE

### LATAR BELAKANG

Adanya pandemi *covid-19* telah mengubah dunia dengan berbagai masalah dan tantangan yang tidak terduga. Banyak sektor yang terdampak pandemi ini salah satu sektor yang terdampak besar adalah sektor ekonomi, yang juga mempengaruhi aktivitas bisnis dan perilaku konsumen. Banyak pelaku bisnis yang mengalami kerugian besar bahkan harus gulung

tikar karena adanya kebijakan pembatasan sosial dimasyarakat yang mengharuskan masyarakat untuk tetap dirumah dan melakukan aktivitas dari rumah.

Adanya kebijakan pembatasan sosial merubah pola perilaku konsumen dalam memperoleh barang dan jasa. Banyak konsumen yang beralih ke belanja *online* dimasa pandemi ini, karena mudah, praktis dan mereka tidak perlu keluar rumah untuk mematuhi kebijakan pembatasan sosial. Akibat perubahan pola perilaku konsumen ini membuat perusahaan berinovasi menjadi perusahaan *e-commerce*. *E-commerce* adalah sistem penjualan produk ataupun jasa yang banyak ditemukan dijejaring dunia maya (Huda, 2019). Keberadaan penyedia jasa pengiriman barang juga memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan bisnis *online*. Berperan sebagai sarana transportasi barang baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh. Kualitas dari pelayanan jasa pengiriman barang yang diberikan sangat erat kaitannya dengan kepuasan yang dirasakan pelanggan. Banyak ekspidisi pengiriman barang yang sudah berkembang dan dikenal di Indonesia diantaranya TIKI, Si cepat, JNE Express, J&T Express, ESL dan masih banyak lagi, serta perusahaan pengiriman barang tertua di Indonesia dari pengiriman surat hingga paket barang yang merupakan satu-satunya perusahaan milik BUMN yaitu Pos Indonesia.

Salah satu ekspedisi pengiriman barang yang sangat populer di Indonesia adalah JNE Express. PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa logistik terkenal dan terluas di Indonesia dan berpusat di Jakarta (Ahmad dan Aprianti, 2021). PT JNE memiliki banyak cabang di beberapa kota di Indonesia termasuk di Kabupaten Demak, salah satu cabang yang berada di Kabupaten Demak terletak di Kecamatan Karangawen. Adanya anak cabang di wilayah tersebut memudahkan para pelanggan yang berada di wilayah tersebut mendapatkan barang atau mengantar barang pesanan.

Sebagai salah satu perusahaan layanan jasa pengiriman barang PT JNE dituntut untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya. Untuk memuaskan pelanggannya PT JNE mempunyai beberapa pilihan pelayanan pengiriman diantaranya SS (*Super Speed*), YES (Yakin Esok Sampai), REG (Reguler), OKE (Ongkos Kirim Ekonomis). PT JNE melayani pelayanan pengiriman dalam bentuk paket, kendaraan, dokumen, dan lain-lain. Persaingan perusahaan dibidang jasa pengiriman pada masa kini bukan lagi berorientasi pada cara meningkatkan volume penjualan tetapi lebih berorientasi bagaimana memuaskan konsumen. Untuk memuaskan konsumen yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Karena ini merupakan persaingan perusahaan jasa pengiriman maka hal yang terpenting lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah ketepatan waktu pengiriman barang.

Ketepatan waktu pengiriman barang menjadi hal penting yang dapat menentukan apakah perusahaan tersebut dapat dipercaya oleh konsumennya atau tidak.

Dalam beberapa penelitian masih banyak ditemukan ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan JNE Express. Beberapa ketidakpuasan konsumen pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT JNE diantaranya ketidakpuasan pelanggan terhadap ruang tunggu yang disediakan masih kurang nyaman, bahkan di beberapa cabang atau tempat tidak disediakan ruang tunggu. Ketidakpuasan lain yang menjadi keluhan pelanggan adalah kurang ramahnya kurir dalam mengantar paket. Serta ketidakpuasan pelanggan terhadap kondisi barang yang kurang baik (rusak, penyok, terlihat isinya), bahkan dikasus terbaru ditemukan adanya pencurian isi paket. Selain ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT JNE, pelanggan juga merasa kurang puas dengan waktu pengiriman barang yang lama dan melebihi batas pengantaran seharusnya. Hal tersebut yang menyebabkan masih banyaknya pelanggan yang merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman paket atau barang. Pelanggan akan merasa puas apabila keinginan mereka dapat terpenuhi sesuai dengan apa yang diharapkan, selain itu Almas, Dea A. (2021) mengatakan bahwasanya adanya kualitas layanan yang bagus, akan dapat membuat kepuasan konsumen semakin meningkat, namun di sisi lain dari Pratiwi, Anggei. (2021) mengatakan tidak semua konsumen akan merasakan puas hanya dengan kualitas layanan saja, dibutuhkan faktor-faktor lain atau faktor penguat mengapa konsumen merasa puas.. untuk menjawab permasalahan yang terjadi maka penelitian ini mencoba menjadikan variabel ketepatan waktu kirim menjadi variabel yang akan memperkuat kualitas antara variabel x dengan variabel y. Berdasarkan pada penjelasan sebelumnya, dirumuskan rumusan masalah dalam penelitian ini, yakni bagaimana peran dari ketepatan waktu kirim dalam memoderasi kausalitas kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen JNE Express.

## **KAJIAN TEORITIS**

Kepuasan Konsumen Menurut Kotler dan Keller (2007), kepuasan konsumen adalah perasaan bahagia atau kecewa seseorang yang terjadi ketika kinerja (hasil) produk yang diamati dibandingkan dengan kinerja yang diharapkan. Selain itu menurut Priharto (2020), kepuasan pelanggan adalah kepuasan konsumen setelah jasa atau produk yang diterima dibandingkan dengan yang diharapkan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasanya Dari definisi yang diberikan oleh Kotler dan Keller (2007) serta Priharto (2020), dapat disimpulkan bahwa: Kepuasan Konsumen adalah Perasaan Subjektif: Kepuasan konsumen adalah evaluasi subjektif yang dilakukan oleh individu terhadap pengalaman mereka dengan produk atau jasa yang

mereka terima. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat bervariasi dari individu ke individu, karena merupakan respons individual terhadap kinerja produk atau jasa yang mereka alami. Dari sisi Perbandingan Antara Kinerja dan Harapan: Kepuasan konsumen terjadi ketika kinerja produk atau jasa yang diterima memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Jika kinerja produk atau jasa kurang dari yang diharapkan, maka konsumen mungkin akan merasa kecewa. Oleh karena itu, pemahaman akan harapan dan ekspektasi konsumen menjadi kunci dalam menciptakan kepuasan konsumen. Sedangkan dari Keterkaitan antara Produk dan Jasa: Kepuasan konsumen dapat terjadi baik dalam konteks produk maupun jasa. Meskipun karakteristiknya mungkin sedikit berbeda, namun konsep dasar perbandingan antara kinerja dan harapan tetap relevan. Selain itu Dampak Signifikan bagi Perusahaan: Kepuasan konsumen memiliki dampak besar bagi kesuksesan jangka panjang sebuah perusahaan. Konsumen yang puas cenderung akan melakukan pembelian berulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan dapat meningkatkan citra merek secara keseluruhan. Sebaliknya, ketidakpuasan konsumen dapat mengakibatkan kehilangan pelanggan, reputasi yang buruk, dan dampak finansial negatif bagi perusahaan. Dengan memahami konsep kepuasan konsumen, perusahaan dapat berupaya untuk terus meningkatkan kualitas produk dan jasa serta memastikan bahwa harapan konsumen terpenuhi atau bahkan terlampaui.

Dalam beberapa penelitian terdahulu, kepuasan sering kali di kaitkan dengan kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia layanan. Misal menurut Runtani,(2020); Huda, (2019); Ahmad dan Aprianti. (2021) mengatakan bahwasanya adanya kualitas layanan yang baik dari penyedia layanan atau produk akan dapat meningkatkan kepuasan seorang konsumen (H1), namun hal demikian masih kurang, karena konsumen sangatlah unik, muda berubah sewaktu-waktu, untuk itu dalam penelitian ini menawarkan sebuah solusi, yakni dengan menjadikan pengiriman barang tepat waktu sebagai variabel moderasi, yang mana berfungsi untuk melihat seberapa efisien variabel-variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat dengan bantuan variabel moderasi (H2;H3).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan mengandalkan kekuatan data dari data lapangan atau data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah customer JNE Karangawen yang tidak diketahui jumlahnya, sedangkan untuk sampelnya sendiri menggunakan rumus snowball sampling, sehingga didapatkan 100 responden (pembulatan keatas). Untuk mendapatkan data yang baik, penelitian ini menggunakan bantuan kuisioner dengan skala Likert 1-7, tentunya dengan pernyataan tertutup dan terbuka yang telah dirancang

agar responden mampu memahami dan mengisi sesuai dengan apa yang dirasakan atau dialami oleh konsumen JNE. Data penelitian yang terkumpul kemudian di olah dengan bantuan alat SPSS dengan memperhatikan berbagai macam uji di dalamnya (validitas dan realibilitas dsb).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi responden, dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 100 responden, dengan distribusi responden sebanyak 67 % adalah laki-laki dan 33 % adalah Perempuan, dari sisi umur sebanyak 66% responden dengan umur 20-30 th, 23 % responden berumur 30-40, dan 11 % responden berumur > 40 th. Dari sisi pekerjaan, responden penelitian di dominasi oleh pegawai swasta sebesar 74 %, sedangkan sisanya 26 % bekerja sebagai mahasiswa. Sedangkan dari segi Pendidikan, responden di dominasi oleh lulusan SMA atau sederajat sebanyak 57 % sisanya mahasiswa dan sarjana 43%.

### Uji Kausalitas Data

**Tabel 1 Uji Validitas**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen	Y.1	0,776	0,1966	Valid
	Y.2	0,723	0,1966	Valid
	Y.3	0,819	0,1966	Valid
Kualitas Pelayanan	X.1	0,673	0,1966	Valid
	X.2	0,703	0,1966	Valid
	X.3	0,646	0,1966	Valid
	X.4	0,840	0,1966	Valid
	X.5	0,560	0,1966	Valid
Ketepatan Waktu Kirim	M.1	0,849	0,1966	Valid
	M.2	0,797	0,1966	Valid
	M.3	0,891	0,1966	Valid

*Sumber : Pengolahan Data Primer dengan SPSS Versi 26.0.2022*

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat disimpulkan bahwa semua item variabel kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, dan ketepatan waktu kirim adalah valid karena nilai r hitung > 0,1966.

**Tabel 2 Uji Reabilitas**

No	Variabel	Cronbach Alpha	Angka Standar Reliabel	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,662	0,60	Reliabel
2	Kepuasan Konsumen	0,714	0,60	Reliabel
3	Ketepatan Waktu Kirim	0,802	0,60	Reliabel

*Sumber : Pengolahan Data Primer dengan SPSS Versi 26.0.2022*

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat disimpulkan bahwa semua item variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel karena memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60.

**Tabel 3 Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,10961907
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,092
	Negative	-,060
Test Statistic		,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		,035 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		,339
Point Probability		,000

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel 3 hasil perhitungan menggunakan SPSS versi 26, menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Exact Sig (2-tailed)-nya sebesar 0,339 atau lebih besar dari 0,05.

**Tabel 4 Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X	,968	1,033
	M	,968	1,033

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas. Hal ini dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 yaitu 1,033 untuk variabel kualitas pelayanan dan ketepatan waktu kirim. Selain itu, nilai *Tolerance* setiap variable < 1 yaitu variabel kualitas pelayanan dan ketepatan waktu kirim memiliki nilai tolerance sebesar 0,968. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam penelitian ini.

**Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-5,463	3,042		-1,796	,076
	X	,121	,115	,107	1,045	,298
	M	,139	,160	,089	,872	,385

a. Dependent Variable: LN\_RES

Dari tabel 5 hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa pada variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,298 > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada variabel ketepatan waktu kirim memiliki nilai signifikansi sebesar 0,385 > 0,05 hal ini menunjukkan variabel ketepatan waktu kirim tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari hasil uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa pada kedua variabel tidak terjadi heteroskedastisitas.

## Uji Hipotesis

### Moderated Regression Analysis (MRA)

**Tabel 6 Moderated Regression Analysis**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	T	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
		B		Beta		
1	(Constant)	2,710	14,097		,192	,848
	Kualitas Pelayanan	,374	,647	,590	3,578	,000
	Ketepatan Waktu Kirim	,560	1,002	,638	3,559	,003
	Kualitas Pelayanan*Ketepatan Waktu Kirim	,018	,046	,662	2,399	,010

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dari table 6 diatas diperoleh hasil persamaan model regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,710 + 0,374X + 0,560M + 0,018X*M + e$$

**Tabel 7 Uji t**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	T	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
		B		Beta		
1	(Constant)	2,710	14,097		,192	,848
	Kualitas Pelayanan	,374	,647	,590	3,578	,000
	Ketepatan Waktu Kirim	,560	1,002	,638	3,559	,003
	Kualitas Pelayanan*Ketepatan Waktu Kirim	,018	,046	,662	2,399	,010

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada table 7 dapat disimpulkan bahwa :

- Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel kualitas pelayanan adalah 3,578 hal ini berarti nilai  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  yaitu  $3,578 > 1,984$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel ketepatan waktu kirim adalah 3,559 hal ini berarti nilai  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  yaitu  $3,559 > 1,984$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$  maka  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga ketepatan waktu kirim berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Tabel 8 Uji F**

Model		ANOVA <sup>a</sup>			F	Sig.
		Sum of Squares	df	Mean Square		
1	Regression	10,818	3	3,606	2,845	,042 <sup>b</sup>
	Residual	121,692	96	1,268		
	Total	132,510	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan\*Ketepatan Waktu Kirim, Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Kirim

Berdasarkan tabel 8 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 4,845 hal ini berarti nilai  $F_{hitung} >$  dari  $F_{tabel}$  yaitu  $4,845 > 3,937$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,042 < 0,05$  maka  $H_3$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan ketepatan waktu kirim sebagai variabel moderasi.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Dari hasil penelitian dalam uji regresi didapatkan nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,374 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,578 > 1,984$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil ini maka hipotesis yang berbunyi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ( $H_1$ ) diterima dan  $H_0$  ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh Ahmad dan Aprianti (2021) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kabupaten Bima, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

### **Ketepatan Waktu Kirim Merupakan Variabel Moderasi**

Dari hasil penelitian dalam uji regresi didapatkan nilai koefisien regresi ketepatan waktu kirim sebesar 0,560 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,559 > 1,984$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$ . Hal ini membuktikan bahwa ketepatan waktu kirim merupakan variabel moderating yang memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Ketepatan Waktu Pengiriman Sebagai Variabel Moderasi**

Dari hasil penelitian dalam uji regresi didapatkan nilai koefisien regresi kualitas pelayanan dan ketepatan waktu kirim sebesar 0,18 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,010 < 0,05$  ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $4,845 > 3,937$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,042 < 0,05$ . Dari hasil ini maka hipotesis yang berbunyi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan ketepatan waktu kirim sebagai variabel moderasi ( $H_2$ ) diterima dan  $H_0$  ditolak.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh Almas, Dea A (2021) dengan judul analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan perceived value sebagai variabel moderating pada Koetaradja Coffee Bijai.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan yang dapat dibuat adalah Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini membuktikan bahwa  $H_1$  kualitas pelayanan



berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen diterima. Ketepatan waktu pengiriman menjadi variabel moderating yang memoderasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen hal ini bisa diartikan bahwasanya peran variabel moderating cukup baik dalam menjadi variabel yang memperkuat atau memperlemah. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan ketepatan waktu kirim sebagai variabel moderasi. Hasil ini membuktikan bahwa H2 kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan ketepatan waktu kirim sebagai variabel moderasi diterima. Arti lainnya, adanya variabel ketepatan waktu dapat menjadi penguat antara hubungan kualitas layanan dengan kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa ekspedisi JNE. Selanjutnya dari Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R-Square* yaitu sebesar 0,553 yang menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan ketepatan waktu sebagai variabel intervening adalah 55,3% sedangkan sisanya sebesar 44,7% dijelaskan oleh faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sedangkan untuk saran, untuk Perusahaan diharapkan pihak PT JNE Express cabang Karangawen untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan mempertahankan kualitas pekerjaan para karyawan, lebih disiplin dalam menjalankan tugas serta terkoordinasi operasional perusahaannya sehingga menciptakan rasa puas bagi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Untuk akademisi Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain diluar variabel yang sudah diteliti dalam penelitian ini. Bagi Peneliti Selanjutnya Diharapkan dimasa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan dapat dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan faktor lain, jumlah sampel, dan tempat penelitian yang berbeda dari penelitian yang telah dilakukan. Serta menggunakan longitudinal research, agar mendapatkan data yang akurat secara berkala dari responden yang sama.

## DAFTAR REFERENSI

- Ahmad dan Aprianti. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kabupaten Bima. *Jurnal Bina Manajemen*, 221-222.
- Almas, Dea A. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Perceived Value Sebagai Variabel Moderating pada Koetaradja Coffee Binjai. *Jurnal Ilmiah Pancabudi*, 1(1).

- Ghozali, Imam. 2005. *"Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Gunawan, Imam. (2016). *"Pengantar Statistika Inferensial"*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Huda, dkk. (2019). Pengaruh Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Pada Situs Belanja Online Lazada (Studi kasus pada konsumen Mahasiswa Universitas Islam Malang). *e-Jurnal Riset Manajemen*, 107.
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2009). *"Manajemen Pemasaran"*, Jilid 1. Edisi ke 13, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, (2007), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi. Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Liana, Lie. (2009). Pengaruh MRA dengan SPSS Untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan Antar Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, 16(2).
- Pratiwi, Anggei. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada JNE Express Cabang Kota Medan. *Skripsi (S1) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Priharto, S. (2020). Indikator Kepuasan Pelanggan.
- Priyatno, Duwi. (2010). *"Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS"*. Yogyakarta : Mediacom.
- Runtoni, Muhammad. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Di Kota Palembang. *Skripsi (S1) UIN Raden Fatah Palembang*.