PENGARUH SISTEM PELACAKAN ONLINE, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN EKPEDISI JNE DI KOTA PEKANBARU

(*THE INFLUENCE OF ONLINE TRACKING SYSTEMS, ACCURACY OF DELIVERY TIMES AND PRICES ON CUSTOMER SATISFACTION WITH JNE EXPEDITIONS IN PEKANBARU CITY*)

SKRIPSI

Oleh

YENNI WATI
2061201222

PROGRAM STUDI MANAJEMEN



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LANCANG KUNING

PEKANBARU

2024

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA	: YENNI WATI
NIM	: 2061201222
FAKULTAS	: EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN	: MANAJEMEN
JUDUL	: PENGARUH SISTEM PELACAKAN ONLINE, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA EKPEDISI JNE DI KOTA PEKANBARU.

DISETUJUI:

PEMBIMBING I	PEMBIMBING II
Dr. EFRITA SOVIYANTI ,S.E.,M.M	Dr. AFVAN AQUINO, S.E., M.M.
NIDN : 1001028101	NIDN: 1021087802

DEKAN	KETUA JURUSAN
Dr. DINA ONASIS, S.E., S.H., M.M., M.H., Ak., CA., ACPA	Dr. AZNURIYANDI, S.E., M.Si
NIDN: 1006067101	NIDN: 1021088602

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : YENNI WATI

NIM : 2061201222

FAKULTAS : EKONOMI & BISNIS

JURUSAN : MANAJEMEN

JUDUL : PENGARUH SISTEM PELACAKAN ONLINE, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA EKPEDISI JNE DI KOTA PEKANBARU

KETUA

Dr. AZNURIYANDI, S.E., M.Si
NIDN: 1021088602

SEKRETARIS

Dr. IDEL WALDELMI, SE.I., M.Si
NIDN : 1008078602

ANGGOTA

Dr. EFRITA SOVIYANTI , S.E., M.M
NIDN : 1001028101

Dr. AFVAN AQUINO, S.E., M.M
NIDN: 1021087802

Dr. NOFRIZAL, S.E., M.M
NIDN : 1002118703

RITA WIYATI, S.E., M.M
NIDN : 1025037201

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang menyatakan bahwa :

1. Karya tulis skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, Magister, dan atau Doktor) baik di Universitas Lancang Kuning maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta lainnya sesuai dengan norma yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru 25 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



YENNI WATI

2061201222

ABSTRAK

Pengaruh Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi JNE di Kota Pekanbaru

Oleh :

YENNI WATI
2061201222

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sistem pelacakan online, ketepatan waktu pengiriman dan harga terhadap kepuasan pelanggan ekpedisi JNE di kota Pekanbaru. Objek penelitian ini adalah adalah konsumen atau pelanggan yang sudah pernah menggunakan jasa kirim JNE di kota Pekanbaru dengan sampel sebanyak 100 orang. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel yaitu dengan purposive sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dan kuesioner/angket. Digunakan analisis regresi berganda dengan bantuan perangkat aplikasi SPSS versi 26. Berdasarkan hasil perhitungan, didapatkan persamaan model regresi berganda berdasarkan uji t diketahui bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel sistem pelacakan online berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, variabel ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) Variabel sistem pelacakan online, ketepatan waktu pengiriman dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE di kota pekanbaru. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (uji R^2**)** diperoleh nilai Adjusted R Square yaitu variabel kepuasan pembelian (Y) sebesar 19% dipengaruhi oleh variabel sistem pelacakan online (X1), ketepatan waktu pengiriman (X2)dan harga (X3). Sedangkan sisanya sebesar 81% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Kata Kunci : Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga, Kepuasan Pelanggan, Ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru.

ABSTRACK

The Influence of the Online Tracking System, Timeliness of Delivery and Prices on Customer Satisfaction of JNE Expeditions in Pekanbaru City

Oleh :

YENNI WATI
2061201222

This research aims to determine the effect of the online tracking system, on time delivery and price on customer satisfaction with JNE expeditions in the city of Pekanbaru. The object of this research is consumers or customers who have used JNE delivery services in the city of Pekanbaru with a sample of 100 people. In this research, a sampling method was used, namely purposive sampling. Data collection techniques in this research are interviews and questionnaires. Multiple regression analysis was used with the help of the SPSS version 26 application tool. Based on the calculation results, a multiple regression model equation was obtained based on the t test. It was found that there was a significant influence between the online tracking system variables which had a positive and significant influence on customer satisfaction, the variable on time delivery had a negative influence and significant effect on customer satisfaction and the price variable has a positive and significant effect on customer satisfaction. Based on the results of the simultaneous test (F test) of online tracking system variables, timeliness of delivery and price have a positive and significant effect on JNE customer satisfaction in Pekanbaru city. Based on the calculation of the coefficient of determination (R2 test), the Adjusted R Square value is obtained, namely the purchase satisfaction variable (Y) of 79,6%, influenced by the online tracking system variables (X1), on time delivery (X2) and price (X3). Meanwhile, the remaining 20,6% is influenced by other variables not included in this research model.

Keywords: Online Tracking System, Timeliness of Delivery, Price, Customer Satisfaction, JNE Expedition in Pekanbaru City.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas segala Rahmat dan karunia yang telah diberikan oleh Tuhan Yang Maha Esa karena pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Pekanbaru** ini dapat diselesaikan guna memproleh gelar sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning Pekanbaru tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, penulis akan banyak menemui kesulitan dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu izinkan penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Dini Onasisi, S.E., S.H., M.M., M.H., AK., CA., ACPA. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning.
2. Bapak Dr Aznuriyandi., S.E., M.M selaku Ketua Prodi Manajemen
3. Ibu Dr. Efrita Soviyanti, SE., MM sebagai dosen pembimbing I dan bapak Dr. Afvan Aquino, SE., MM sebagai Dosen Pembimbing II dalam penyusunan Skripsi ini yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam membimbing atau memberikan petunjuk, nasehat dan arahan kepada penulis, sehingga penulis termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Bapak dan Ibu Dosen, serta staf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lancang Kuning yang telah banyak membantu untuk kelancaran studi kepada penulis.

5. Untuk Mamak Asni Tiurmawati Gea yang selalu menjadi pawang dan selalu memberikan kasih sayang, kepercayaan dan do'a dengan penuh keiklasan yang tak terhingga. Semoga mamak diberikan kesehatan jasmani dan Rohani dan semakin sabar menghadapi anak bungsumu ini. Terimakasih sudah berjuang buat kehidupan saya.
6. Rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan motivasi, masukkan dan dukungan serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari di dalam penulisan ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima apabila ada kritik dan saran yang sifatnya dapat membantu agar penulisan ini bisa lebih baik lagi. Terimakasih, segala ucapan terimaksih tentunya belum cukup, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa membalas segala kebaikan Anda semua. Amin.

Pekanbaru, Juli 2024

Penulis

YENNI WATI
2061201222

DAFTAR ISI

ABSTRACK.....i
PERNYATAAN. ii
KATA PENGANTAR..... iii
DAFTAR ISI viii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN 1
1.2 PERUMUSAN MASALAH 13
1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN..... 14
1.3.1 Tujuan Penelitian..... 14
1.3.2 Manfaat Penelitian 15
1.4 SISTEMATIKA PENULISAN 16
BAB II: TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 18
2.1 TELAAH PUSTAKA 18
2.1.1.1 Manajemen Pemasaran..... 18
2.1.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran 24
2.1.1.3 Pemasaran Jasa..... 24
2.1.2.1 Kepuasan Pelanggan 27
2.1.1.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....27
2.1.1.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan 29
2.1.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.....30
2.1.1.5 Dimensi Kepuasan Pelanggan 32
2.1.1.6 Indikator Kepuasan Pelanggan 34
2.1.2 Sistem Pelacakan Online .....
2.1.2.1 Pengertian Sistem Pelacakan Online 36
2.1.2.2. Dimensi Pelacakan Online.....37
2.1.2.3 Indikator Sistem Pelacakan Online.....40
2.1.3 Ketepatan Waktu Pengiriman .....
2.1.3.1 Pengertian Ketepatan Waktu Pengiriman 42

2.1.3.2 Dimensi Ketepatan Waktu Pengiriman.....43
2.1.3.3 Indikator Ketepatan Waktu Pengiriman.....46
2.1.4 Harga .....
2.1.4.1 Definisi Harga 49
2.1.4.2 Dimensi Harga 50
2.1.4.3 Indikator Harga 53
2.2 JURNAL PENELITIAN TERDAHULU.....55
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN 58
2.4 Hipotesis 62
BAB III METODE PENELITIAN 63
3.1 OBJEK PENELITIAN 63
3.1.1 POPULASI DAN SAMPEL.....63
3.1.1.1 Populasi 63
3.1.1.2 sample.....63
3.2 TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL.....65
3.3 JENIS DAN SUMBER DATA.....65
3.3.1 Jenis Data 65
3.3.2 Sumber Data.....65
3.3.2.1 Data Primer.....65
3.3.2.2 Data Sekunder 66
3.4 Teknik Pengumpulan Data..... 66
3.5 Identifikasi Operasional Variabel 69
3.6.1 Uji Validitas dan Reabilitas 72
3.6.1.1 Uji Validitas..... 72
3.6.1.2 Uji Reabilitas 73
3.6.2 Uji Asumsi Klasik..... 73
3.6.2.1 Uji Normalitas 73
3.6.2.2 Uji Multikolinieritas 74
3.6.2.3 Uji Heteroskedatisitas 74
3.6.3 Uji Statistik… 75

3.6.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda 75
3.6.4 Uji Hipotesis 73
3.6.4.1 Uji Parsial 73
3.6.4.1 Uji Simultan.....76
3.6.4.1 Uji Determinasi.....76
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....
4.1 Sejarah Singkat JNE 76
4.2 Visi dan Misi Perusahaan..... 79
4.3 Struktur Organisasi 80
4.4 Uraian dan Tanggung Jawab..... 80
4.5 Produk-Produk PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) 81
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN 88
5.1 HASIL PENELITIAN 88
5.2 PEMBAHASAN PENELITIAN..... 137
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....
KESIMPULAN..... 141
SARAN..... 142
DAFTAR PUSTAKA.....
BIOGRAFI PENULIS .....

DAFTAR TABEL

Tabel 1.4 Data Pra Survey Ketepatan Waktu Pengiriman pada Ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru 10
Tabel 1.5 Data Pra Survey Harga pada Ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru 11
Tanel 1.6 Perbandingan Harga Ongkos Pengiriman Pada Tahun 2024 12
Tabel 2.1 Jurnal Peneltian Terdahulu 55
Tabel 3.1 Identifikasi dan Operasional Variabel 68
Tabel 3.2 Skala Likert..... 71
Tabel 3.3Kelas Interval..... 71
Tabel 5.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 87
Tabel 5.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia..... 88
Tabel 5.3Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Dengan Kinerja JNE..... 89
Tabel 5.4 Tanggapan Responden Tentang Prosedur pelayanan 90
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Tentang Tampilan Web..... 91
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Tentang *Web* JNE akurat dan *up-to-date* 92
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Tentang Sistem Pelacakan Online melindungi data pribadi..... 93
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Tentang Sistem Pelacakan Online Melindungi transaksi pelanggan..... 94
Tabel 5.9 Tanggapan Responden Tentang *Custumer Service* 95
Tabel 5.10 Tanggapan Responden Tentang Tanggap Memberikan Informasi Pengiriman..... 96
Tabel 5.11 Rekapitulasi Responden Variabel Sistem Pelacakan Online (X1) 97
Tabel 5.12 Tanggapan Responden Tentang Pengiriman Tepat Waktu..... 98
Tabel 5.13 Tanggapan Responden Tentang Pengiriman dengan Jaminan 99
Tabel 5.14 Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Harga denga Ketepatan Waktu Pengiriman 100
Tabel 5.15 101
Tabel 5.15 Tanggapan Responden Tentang Tarif Dengan Kinerja Yang Dihasilkan 101
Tabel 5.16 Tanggapan Responden Tentang Estimasi Waktu Pengiriman 102
Tabel 5.17 Tanggapan Responden Tentang Pengiriman Barang Dilakukan 103
Dengan Waktu Yang Sesuai Dengan Waktu Estimasi 103

Tabel 5.18 104
Tabel 5.18 Tanggapan Responden Tentang Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) 104
Persepsi Responden Terhadap Variabel Harga (X3) 105
Tabel 5.19 Tanggapan Responden Tentang Harga Pengiriman Barang Terjangkau 105
Tabel 5.20 Tanggapan Responden Tentang Harga Pengiriman Barang Murah ... 106
Tabel 5.21 Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Jasa 107
Tabel 5.22 Tanggapan Responden Tentang Tarif Harga Sesuai..... 108
Tabel 5.23 TanggapanResponden Tentang Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Yan diharapkan..... 110
Tabel 5.24 Tanggapan Responden Tentang Harga Sesuai Dengan Manfaat Produk 111
Tabel 5.25 Harga Sesuai Dengan Daya Beli Masyarakat 112
Tabel 2.26 Tanggapan Responden Tentang Harga JNE Kompetitif 112
Tabel 5.27 Persepsi Responden Terhadap Variabel Harga (X3) 113
Tabel 5.28 Tanggapan Responden Tentang Pengalaman Menggunakan Layanan JNE 114
Tabel 5.29 Tanggapan Responden Tentang Kualitas JNE Melebihi Harapan 115
Tabel 5.30 Menggunakan JNE Dimasa Akan Datang 116
Tabel 5.31 Tanggapan Responden Tentang Ukuran Paket yang Bernilai Besar 117
Tabel 5.32 Tanggapan Responden Tentang Kesediaan Merekomendasikan..... 118
Tabel 5.33 Menyatakan Hal Positif Tentang JNE Kepada Orang Lain 119
Tabel 5.34 Fasilitas Pengecekan Barang 120
Tabel 5.35 JNE Memiliki Kantor yang Luas dan Bersih.....120
Tabel 5.36 Tanggapan Responden Tentang Jasa Pengiriman JNE lebih Baik Dari Jasa Pengiriman Lainnya.....121
Tabel 5.37 Tanggapan Responden Tentang Menggunakan Jasa Pngiriman JNE Secara Rutin 122
Tabel 5.38 Persepsi Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan 123
Tabel 3.39 Rekapitulasi Variabel X1, X2, X3 dan Y 124
Tabel 5.40 Hasil Uji Validitas Variabel Sistem Pelacakan Online 126

Tabel 5.41 Hasil Uji Validitas Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)..... 126
Tabel 5.42 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3)..... 127
Tabel 5.43 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)..... 127
Tabel 5.44 Hasil Uji Reabilitas..... 128
Tabel 5.45 Uji Normalitas Grafik Histogram..... 129
Tabel 5.46 Uji Normalitas dengan Probability Plot..... 130
Tabel 5.47 Uji Multikolinieritas..... 131
Tabel 5.48 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... 132
Tabel 5.49 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... 133
Tabel 5.50 Hasil Uji Parsial (Uji T)..... 136
Tabel 5.51 Hasil Uji Simultan (Uji F)..... 136
Tabel 5.52 Hasil Uji Determinasi ($R^{2)}$..... 137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 63

Gambar 4.1 Struktur Organisasi 80

Gambar 4.2 Logo Perusahaan 85

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Saat ini dunia telah memasuki era transformasi digital yang biasa dikenal dengan Revolusi Industri 4.0. Dengan berkembangnya teknologi digital di Indonesia, tentunya terbuka peluang baru dalam dunia pemasaran dengan memanfaatkan digitalisasi sebagai cara baru dalam mempromosikan produk dan jasa. Pada dasarnya *digital marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan akses internet dan memanfaatkan media berupa *website*, *sosial media*, *e-mail*, *database*, *mobile/wireless* dan tv digital guna meningkatkan target konsumen serta dapat mengetahui profil, perilaku, nilai produk, dan loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran, (Hamdani & Swastika, 2021;2).

Dalam memanfaatkan kemajuan teknologi guna menunjang keunggulan, suatu perusahaan harus mengedepankan kebijakan baru yang terfokus pada metode pemasaran online dengan perantal *e-commerce*. *E-commerce* merupakan suatu kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, *service providers* dan pedagang dengan menggunakan jaringan internet (Barkatullah, 2017;234).

Jumlah transaksi e-commerce yang meningkat menunjukkan bahwa perilaku masyarakat saat ini telah berubah. Ini disebabkan oleh keterlibatan pelanggan yang meningkat dan kemudahan berbelanja tanpa harus pergi ke pusat

perbelanjaan, dan dampak ini menghasilkan kecenderungan yang terus meningkat untuk berbelanja online.

Peningkatan belanja secara daring melalui *e-commerce* dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja bisnis logistik dan jasa pengiriman. Distribusi komoditas mengalami peningkatan sebesar 70% di masa pengiriman dengan posisi angkutan barang yakni sebanyak 35,8 juta. Selain itu,berdasarkan data dari Bank Indonesia pada tahun 2021 transaksi *e-commerce* diproyeksikan dapat menebus sebesar Rp. 395 Triliun yakni naik dibandingkan tahun 2020 yang mencapai Rp266,3 triliun. Menurut Indra Buana (dikutip dari *bisnis.com*, 2021), peningkatan belanja online sangat berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini dikarenakan proses yang lebih muda dan cepat, sehingga pihak ketiga (pengelola platform belanja *online*) semakin berkonsentrasi kepada kepuasan pelanggan.

Dengan kemajuan teknologi dan peningkatan mobilitas, masalah ekspedisi semakin kompleks. Tidak hanya masyarakat umum tetapi juga bisnis, seperti bisnis e-commerce yang terus berkembang di Indonesia, memanfaatkan jasa pengiriman barang. Merek besar seperti Pos Indonesia, J&T, dan JNE mendominasi industri jasa pengiriman barang di Indonesia, dan persaingan antar ekspedisi semakin ketat, dengan munculnya banyak perusahaan yang bersaing untuk strategi pemasaran dan pelayanan terbaik.

Tabel 1.1
Top Brand Index Kategori Layanan Jasa Kurir di Indonesia
Pada Tahun 2020-2023

MEREK	2020		2021		2022		2023	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
JNE	27,30%	TOP	28,00%	TOP	39,30%	TOP	29,10%	TOP
JNT	21,30%	TOP	33,40%	TOP	23,10%	TOP	33,30%	TOP
TIKI	10,80%	TOP	11,20%	TOP	11,10%	TOP	10,60%	TOP
POS INDONESIA	7,70%	-	8,50%	-	8,50%	-	7,30%	-
DHL	4,10%	-	6,00%	-	6,90%	-	7,20%	-

Sumber: www.topbrand-award.com/top-brand-index/2024

Top Brand Index (TBI) adalah suatu penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik berdasarkan riset terhadap konsumen di Indonesia. *Top Brand Index* ini merupakan parameter untuk mengukur kesuksesan sebuah merek di pasaran. Merek yang memberoleh TBI harus mencapai minimal 10% dan menurut hasil survey merek yang berada di tiga Dilihat dari tabel 1 terdapat 3 (tiga) perusahaan yang menjadi *Top Brand* dalam kategori Layanan Jasa Kurir dari tahun 2020-2023 yaitu JNE, JNT dan TIKI. Pada tahun 2020 dan 2022 JNE menjadi peringkat teratas, namun tahun 2021 dan 2023 J&T yang paling unggul daripada pesaing lainnya.

PT Tiki Jalur Nugraha Eka Kurir atau JNE adalah salah satu perusahaan logistik yang cukup populer di Indonesia, hal ini ditujukan dengan penghargaan yang didapatkan, seperti *WOW brand 2021 Category Courier Service* dan *The Best Brand* dari *Corporate Image Award* 2021 kategori Kurir Indonesia (dikutip dari www.jne.co.id/id/perusahaan /penghargaan). JNE kini menjadi perusahaan logistik yang besar, melayani pengiriman *express*, penanganan kepabean serta distribusi ke seluruh indonesia.

Tabel 1.2

Perbandingan Rating Ulasan Logistik Pada Play Store Tahun 2024

No	Logistik	Nama Aplikasi	Rating
1	PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir	My JNE	1,5
2	PT. Global Jet Express	J&T Express Indonesia	2,2
3	PT. Citra Van Titipan Kilat	TIKI	2,6
4	Pos Indonesia	PosAja!	4,3

Sumber: Play Store, 2024

Namun setiap perusahaan tidak lepas dari permasalahan yang timbul, di JNE sendiri masih ditemukan masalah kepuasan pelanggan yang menurun disebabkan oleh beberapa faktor. Berdasarkan data yang diperoleh dari Play Store, aplikasi My JNE memperoleh rating rata-rata 1,5 bintang dari 5 yaitu merupakan rating terendah dibandingkan 3 layanan logistik lainnya, sedangkan aplikasi logistik dengan rating tertinggi pada play store yaitu pada aplikasi PosAja! sebesar 4,3 bintang dari 5.

Melalui analisis mendalam terhadap ulasan pengguna, ditemukan beberapa isu utama yang berkontribusi pada rating rendah JNE. Pertama, banyak pengguna mengeluhkan seringnya aplikasi mengalami crash dan lambat dalam memproses permintaan. Kedua, beberapa fitur seperti pelacakan kiriman sering kali tidak akurat atau tidak berfungsi sama sekali. Ketiga, desain antarmuka yang kurang intuitif membuat pengguna kesulitan dalam menavigasi aplikasi. Terakhir, layanan pelanggan yang lambat merespons keluhan pengguna menambah frustrasi pelanggan, My JNE adalah aplikasi berbasis Android yang memudahkan untuk terkoneksi dengan JNE. Selain itu, sebagian berita yang pernah diterbitkan oleh (kompas.com, 2020), mengatakan bahwa kebanyakan masyarakat mengeluh tentang layanan transaksi pengiriman JNE yang dinilai cukup lambat, tidak sedikit

dari mereka mengeluhkan barang-barang yang dikirimkan tidak sesuai dengan jadwal pengiriman yang seharusnya. Menanggapi berita tersebut, peneliti melakukan pra-survey di lapangan dengan 30 responden mengenai pengaruh sistem pelacakan online, ketepatan waktu pengiriman, dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang mengunakan jasa kirim JNE di Kota Pekanbaru.

Tabel 1.3

Data Pra Survei Kepuasan Pelanggan pada Ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru Tahun 2024

No	Dimensi	Skala Jawaban	Frekuensi	Bobot	Skor	Presentase	Rata-rata
1	Kualitas pelayanan	SS	5	5	25	13,30%	2,76
		S	6	4	24	16,70%	
		CS	6	3	18	20%	
		TS	3	2	6	16,70%	
		STS	10	1	10	33,30%	
		Jumlah	**30**		**83**	**100%**	
2	Harga	SS	4	5	20	10%	2,6
		S	5	4	20	33,30%	
		CS	6	3	18	13,30%	
		TS	5	2	10	16,70%	
		STS	10	1	10	26,70%	
		Jumlah	**30**		**78**	**100%**	
3	Fasilitas	SS	3	5	15	10%	2,83
		S	10	4	40	33,30%	
		CS	4	3	12	13,30%	
		TS	5	2	10	16,70%	
		STS	8	1	8	26,70%	
		Jumlah	**30**		**85**	**100%**	

Sumber : Data olahan prasurvei, 2024

Dari hasil pra survey sebagaimana terlihat pada tabel 1.2 mengenai kepuasan pelanggan, dapat diliat bahwa dari ketiga dimensi yang dijadikan ukuran diketahui nilai rata – rata dimensi tertinggi mengenai fasilitas sebesar 2,83 berada

di mean skor skala *likert* cukup setuju (CS), sedangkan nilai rata-rata dimensi terendah yakni harga sebesar 2,6 atau berada di mean skor skala *likert* tidak setuju (TS). Kemudian, dijelaskan bahwa informasi dari jawaban responden pada setiap aspek pertanyaan pra survey pada kategori cukup setuju yang mana masih banyak yang menjawab pada pilihan setuju, cukup setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini brarti kepuasan pelanggan pada pengguna JNE belum optimal sehingga perlu mendapat perhatian untuk peningkatan kepuasan pelanggan Ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru.

Seiring dengan permintaan yang semakin meningkat, persaingan bisnis dalam industri jasa kurir (pengiriman) terus meningkat. Menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan setia menjadi tantangan utama. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi suatu produk atau jasa dengan harapan mereka (Tjiptono, 2019;394). Oleh karena itu, pelanggan yang puas dengan produk dan layanan cenderung membeli kembali barang dan menggunakan jasa ketika kebutuhan yang sama muncul lagi (Indrasari, 2019;82).

Dengan lebih banyak persaingan di dunia bisnis, perusahaan harus mempertimbangkan atau membuat strategi yang lebih baik. Perusahaan logistik harus berfokus pada sistem kualitas layanan logistik untuk memanfaatkan peluang yang muncul dari perkembangan *e-commerce* di Indonesia saat ini. Perusahaan harus mempertimbangkan sistem informasi manajemen pelayanan agar pelanggan dapat lebih mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan kapan saja dan di mana saja, akses ke portal yang dapat diakses kapan pun dan di mana pun.

Seberapa mampu sebuah organisasi memberikan layanan elektronik yang lebih luas dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dikenal sebagai *e-service quality*, (Nurmanah & Nugroho, 2021;5). Salah satu inovasi yang dilakukan oleh kebanyakan perusahan logistik dengan menghadirkan layanan pelacakan barang secara online (*web tace and tracking).* Fasilitas sistem pelacakan Online memberikan kemudahan para pelanggan untuk mengontrol proses barang yang dipesan, dimana barang ini bisa dilacak secara *real-time*. Kualitas layanan jasa dilingkungan online atau *elektronik* menjadi salah satu hal yang sangat penting di dalam menentukan kesuksesan bahkan kegagalan dari suatu kegiatan perdagangan elektronik, (Lutha et al., 2023;118). Pada masa dimana dunia digital menjadi pusat kebutuhan seperti saat ini, semua jasa pengiriman barang umumnya sudah memiliki sistem pelacakan yang langsung terintegrasi dengan data basenya. Hal ini menjadi media bagi pengirim dan penerima paket dalam mengecek keberadaan barang melalui online, (Eviani & Hidayat, 2021;12).

Tabel 1.4
Data Pra Survei Sistem Pelacakan Online pada Ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru Tahun 2024

No	Dimensi	Skala Jawaban	Frekuensi	Bobot	Skor	Presentase	Rata-rata
1	*Information Quality*	SS	6	5	20	20%	2,46
		S	6	4	24	20%	
		CS	5	3	15	16,70%	
		TS	2	2	4	6,70%	
		STS	11	1	11	36,70%	
		Jumlah	**30**		**74**	**100%**	
2	Security (keamanan)	SS	4	5	20	13,30%	2,63
		S	6	4	24	20%	
		CS	5	3	15	16,70%	
		TS	5	2	10	16,70%	
		STS	10	1	10	33,30%	
		Jumlah	**30**		**77**	**100%**	
3	*Website Functionality*	SS	3	5	15	10%	2,86
		S	6	4	24	20%	
		CS	9	3	27	30%	
		TS	8	2	16	26,70%	
		STS	4	1	4	13,30%	
		Jumlah	**30**		**86**	**100%**	

Sumber : Data olahan prasurvei, 2024

Dari hasil pra survey sebagaimana terlihat pada tabel 1.3 mengenai sistem pelacakan online dapat diliat bahwa dari ketiga dimensi yang dijadikan ukuran diketahui nilai rata – rata dimensi tertinggi mengenai *website functionality* sebesar 2,86 berada di mean skor skala likert cukup setuju (CS), sedangkan nilai rata-rata dimensi terendah yakni *information quality* sebesar 2,46 atau berada di mean skor skala likert tidak setuju (TS). Kemudian, dijelaskan bahwa informasi dari jawaban responden pada setiap aspek pertanyaan pra survey pada kategori cukup setuju yang mana masih banyak yang menjawab pada pilihan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini brarti sistem pelacakan online yang disediakan oleh JNE

belum optimal sehingga perlu mendapat perhatian untuk peningkatan kepuasan pelanggan ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru.

Selain itu, tidak hanya berbicara tentang pelayanan yang ditetapkan, perusahaan logistik juga harus mampu memperhatikan ketepatan pengiriman barang. Menurut Dewantoro *et al.,* (2020;279) Ketepatan waktu pengiriman merupakan masalah mendesak bagi perusahaan yang menawarkan layanan logistik. Dimana paket harus dikirimkan tepat waktu. Hal ini tentu menimbulkan kepuasan konsumen yang berdapak positif/negatif terhadap eksistensi perusahaan. Karena hal tersebut merupakan salah satu point yang krusial untuk dan berpengaruh untuk kepuasan pelanggan sendiri. Banyak konsumen yang menggunakan jasa logistik yang dipercaya karena dapat memberikan pelayanan yang maksimal dalam ketepatan waktu pengiriman. Ketidakpastian waktu sampai pengiriman barang dengan waktu yang dijanjikan layanan dan kurangnya informasi mengenai lokasi keberadaan terkini dari pengiriman menjadikan konsumen sulit mengetahui status dari layanan pengiriman yang telah dibayarkan. (Eviani & Hidayat, 2021;11).

Tabel 1.5
Data Pra Survey Ketepatan Waktu Pengiriman pada Ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru Tahun 2024

No	Dimensi	Skala Jawaban	Frekuensi	Bobot	Skor	Presentase	Rata-rata
1	Ketepatan dalam Jasa pengiriman barang	SS	3	5	15	16,70%	2,63
		S	6	4	24	20%	
		CS	9	3	18	20%	
		TS	8	2	16	10%	
		STS	4	1	4	33,30%	
		Jumlah	**30**		**77**	**100%**	
2	Ketepatan dalam menentukan harga	SS	10	5	50	33,30%	3,46
		S	7	4	28	20%	
		CS	4	3	12	10%	
		TS	5	2	10	13,30%	
		STS	4	1	4	13,30%	
		Jumlah	**30**		**104**	**100%**	
3	Ketepatan dalam menentukan waktu	SS	4	5	20	13,50%	2,6
		S	5	4	20	16,70%	
		CS	6	3	18	20%	
		TS	5	2	10	16,70%	
		STS	10	1	10	33,30%	
		Jumlah	**30**		**78**	**100%**	

Sumber : Data olahan prasurvey, 2024

Dari hasil pra survey sebagaimana terlihat pada tabel 4 mengenai kepuasan pelanggan, dapat diliat bahwa dari ketiga dimensi yang dijadikan ukuran diketahui nilai rata – rata dimensi tertinggi mengenai ketepatan dalam menentukan harga sebesar 3,16 berada di mean skor skala likert cukup setuju (CS), sedangkan nilai rata-rata dimensi terendah yakni *website functionality* sebesar 2,6 atau berada di mean skor skala likert tidak setuju (TS). Kemudian, dijelaskan bahwa informasi dari jawaban responden pada setiap aspek pertanyaan pra survey pada kategori cukup setuju yang mana masih banyak yang menjawab pada pilihan setuju, cukup setuju dan sangat tidak setuju.

Selanjutnya, faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Menurut Tjiptono (2014;209), harga dapat didefinisikan sebagai satuan uang atau elemen lain yang mengandung nilai yang diberikan konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Harga dapat ditetapkan untuk berbagai alasan, seperti menghargai dan mempertahankan pelanggan yang setia, mengurangi minat pesaing baru, dan mendorong pembelian ulang (Winasis et al., 2022;392).

Tabel 1.6
Data Pra Survey Harga pada Ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru Tahun 2024

No	Dimensi	Skala Jawaban	Frekuensi	Bobot	Skor	Presentase	Rata-rata
1	Nilai dari suatu produk	SS	7	5	35	23,30%	3,3
		S	6	4	24	20,00%	
		CS	10	3	30	33,30%	
		TS	3	2	6	10,10%	
		STS	4	1	4	13,30%	
		Jumlah	**30**		**99**	**100%**	
2	Aspek yang tampak jelas	SS	10	5	50	33,30%	**3,53**
		S	5	4	20	16,70%	
		CS	7	3	21	20%	
		TS	7	2	14	23,30%	
		STS	1	1	1	6,70%	
		Jumlah	**30**		**106**	**100%**	
3	Harga bersifat fleksibel	SS	7	5	35	23,30%	3,1
		S	7	4	28	23,30%	
		CS	6	3	18	20%	
		TS	5	2	10	16,70%	
		STS	5	1	5	16,70%	
		Jumlah	**30**		**89**	**100%**	

Sumber : Data olahan prasurvei, 2024

Dari hasil pra survey sebagaimana terlihat pada tabel 5 mengenai kepuasan pelanggan, dapat diliat bahwa dari ketiga dimensi yang dijadikan ukuran diketahui nilai rata – rata dimensi tertinggi mengenai aspek yang tampak jelas sebesar 3,53

berada di mean skor skala likert setuju (S), sedangkan nilai rata-rata dimensi terendah yakni harga bersifat fleksibel sebesar 3,1 atau berada di mean skor skala likert cukup setuju (CS). Sementara itu, didukung oleh pra survei pada tabel 5, penulis menyiapkan bagaimana perbandingan harga dari kota pekanbaru ke beberapa kota besar di Indonesia.

Tabel 1.7
Perbandingan Harga Ongkos Pengiriman
Pada Tahun 2024

No	Nama Ekspedisi	Layanan	Harga		
			Pekanbaru - Medan	Pekanbaru - Tanah Abang, Jakarta	Pekanbaru - Yogyakarta
1	J&T	REG	22.000 (2-3 hari)	21.000 (2-3 hari)	23.000 (3-4 hari)
2	SiCepat	REG	28.000 (3-5 hari)	24.500 (1-2 hari)	30.000 (2-3 hari)
3	JNE	REG	23.000 (2-3 hari)	25.000 (2-3 hari)	29.000 (3-4 hari)
4	TIKI	REG	20.000 (2 hari)	19.000 (3 hari)	27.000 (2 hari)

Sumber : https://berdu.id/cek-ongkir#google_vignette

Berdasarkan Tabel 6 diatas menjelaskan bahwa JNE memiliki harga ongkos kirim dan estimasi waktu pengiriman yang cenderung sama dengan jasa ekpedisi lainnya. Pengiriman dari Pekanbaru – Medan, JNE menetapkan harga yang lebih mahal yaitu sebesar Rp. 23.000 dari pada J&T yang menetapkan harga sebesar Rp. 22.000 dengan estimasi pengiriman yang sama, yaitu 2-3 hari. Sedangkan pengiriman Pekanbaru – Tanah Abang, Jakarta JNE menetapkan harga lebih mahal lebih mahal yaitu sebesar Rp. 25.000 dibandingkan dengan J&T yang menetapkan harga Rp. 21.000 dengan estimasi waktu yang sama dengan JNE yaitu 2-3 hari. Untuk pengiriman Pekanbaru – Yogyakarta harga yang ditetapkan

JNE lebih mahal yaitu sebesar Rp. 29.000 dari pada harga yang ditetapkan J&T sebesar Rp. 23.000 dengan estimasi pengiriman yang sama yaitu 3-4 hari.

Penulis menyimpulkan dari hasil yang didapatkan dari data pra-survey menunjukkan ternyata masih kurangnya pemahaman pelanggan tentang mengakses informasi pengiriman melalui sistem *e-tracking* yang telah disediakan oleh pihak JNE, padahal guna layanan *e-tracking* tersebut dapat memudahkan dalam melacak keberadaan barang dalam proses pengiriman. Beberapa di antaranya juga merasa informasi yang diberikan kurang akurat dan keterlambatan pengiriman yang sering terjadi serta harga yang dibayarkan kurang sesuai dengan manfaat yang diterima.

Dengan adanya masalah tersebut, sebaiknya perusahaan harus menciptakan strategi agar sistem *e-tracking* yang disediakan dapat digunakan dengan baik dan memberikan informasi yang akurat, menjalankan sistem kerjanya lebih baik lagi agar meminimalisir terjadinya keterlambatan pengiriman barang serta memberikan harga sesuai dengan manfaat yang diharapkan. Atas dasar tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : **"Pengaruh Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus Pada Ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru)."**

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka dimungkinkan untuk membuat Perumusan Masalah yang akan penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Apakah Sistem Pelacakan Online berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru?
2. Apakah Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan ekpedisi JNE pelanggan di Kota Pekanbaru?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru?
4. Apakah Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru?

1.3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Perumusan masalah yang telah dipaparkan oleh penulis, kita dapat menarik tujuan yang ingin dicapai dari penelitian untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru, diantaranya sebagai berikut :

a) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sistem pelacakan online terhadap kepuasan pelanggan ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru.
b) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru.
c) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru.

d) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sistem pelacakan online, ketepatan waktu pengiriman, dan harga terhadap kepuasan pelanggan ekpedisi JNE di Kota Pekanbaru.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

a) Bagi Peneliti

Menambah dan memperluas pengetahuan dalam hal mendalami dan memberikan pendapat tentang pengaruh kepuasan pelanggan pada suatu produk jasa.

b) Bagi JNE di Kota Pekanbaru

Sebagai bahan masukan yang berguna bagi Perusahaan jasa ekpedisi, dalam memutuskan kebijkan – kebijakannya untuk mengevaluasi dan memperbaiki kinerjanya, khususnya dalam menetapkan strategi untuk menjaga kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen dan mempengaruhi kepuasan konsumen.

c) Bagi Pihak Lain

Dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk meneliti masalah yang sama dengan penelitian ini maupun yang berkaitan dengan masalah ini. Sehingga dapat dijadikan bahan referensi dan wacana khususnya yang berkaitan dengan masalah sistem pelacakan online (*web*

tace and tracking), penetapan waktu pengiriman, dan harga serta kepuasan pelanggan.

1.4 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah pembahasan dalam penyusunan skripsi, maka penulis tuangkan dalam enam (6) bab. Masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

Pada bab ini penulis menguraikan dan menjelaskan dasar-dasar teori yang berkaitan dengan penelitian yang telah tertuang didalam rumusan masalah, kerangka pemikiran dan hipotesis yang menjadi dugaan sementara oleh penulis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang objek penelitian populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, identifikasi dan operasional variabel penelitian serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab ini akan menjelaskan secara ringkas tentang gambaran umum tempat penelitian diantaranya menjelaskan tentang sejarah singkat tempat penelitian, visi dan misi tempat penelitian, struktur organisai tempat penelitian, serta aktivitas tempat penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan mengenai hasil penelitian yang meliputi karakteristik responden, distribusi pendapat responden dari berbagai variabel, uji instrumen penelitian, dan pembahasan yang menjelaskaan hasil analisi penelitian yang didasari terori teori sehingga menjadi jawaban dari hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang kesimpulan atas penelitian yang penulis bahas dalam bab-bab sebelumnya dan saran-saran yang dapat bermanfaat bagi perkembangan perusahaan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah peneliti lakukan sebelumnya. Maka peneliti menarik kesimpulan dari apa yang telah peneliti uraikan serta menyampaikan saran-saran yang mungkin bisa menjadi masukkan bagi ekspedisi JNE untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

6.1 Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan maka peneliti dapat mengambil kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Secara parsial sistem pelacakan online memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ekpedisi JNE di kota Pekanbaru, Hal ini berarti semakin baik fasilitas sistem pelacakan online pada JNE yang dirasakan oleh pelanggan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat.
2. Secara parsial ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ekpedisi JNE di kota Pekanbaru, Hal ini berarti semakin baik fasilitas sistem pelacakan online pada JNE yang dirasakan oleh pelanggan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat.
3. Secara parsial harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ekpedisi JNE di kota Pekanbaru, hal ini berarti semakin baik harga pada JNE yang dirasakan oleh pelanggan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin meningkat.

4. Secara simultan sistem pelacakan online, ketepatan waktu pengiriman dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi JNE. Besar pengaruh yang diberikan oleh sistem pelacakan online, ketepatan waktu pengiriman dan harga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 79,4% sedangkan sisanya sebesar 20,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

6.2 Saran

1. Bagi Tempat Penelitian

   Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan saran sebagai pertimbangan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas JNE di kota Pekanbaru. Adapun saran bagi tempat penelitian antara lain:

   1) Variabel sistem pelacakan online yang memiliki nilai rata-rata terendah yaitu pada indikator tidak khawatir memberikan informasi dengan pernyataan sistem pelacakan online melindungi data pribadi dengan nilai rata-rata 3,61, hal ini agar menjadi pertimbangan bagi Perusahaan agar dapat memperketat keamanan pada sistem, agar pelanggan yang melakukan pengecekan secara online mendapatkan keamanan data. Memastikan sistem pelacakan online memberikan informasi yang akurat dan real-time tentang status pengiriman. Hal ini penting untuk membangun kepercayaan pelanggan, karena pelanggan cenderung merasa lebih puas ketika dapat melacak paket mereka dengan jelas dan tepat dan pelanggan harus dapat mengakses informasi pelacakan tanpa

kesulitan, yang akan meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan.

2) Variabel ketepatan waktu pengiriman yang memiliki nilai rata-rata terendah yaitu pada indikator kemampuan kurir mengirimkan tepat waktu dan akurat denga pernyataan pengiriman tepat waktu dengan rata-rata 4,05, hal ini agar menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan pelatihan atau pengembangan pada petugas pengantar barang/dokumen agar barang/dokumen sampai sesuai estimasi. Optimalisasi *rute* pengiriman dan penggunaan teknologi untuk memprediksi waktu kedatangan dapat membantu meningkatkan ketepatan waktu.

1. Variabel harga yang memiliki rata-rata terendah yaitu pada indikator harga terjangkau oleh konsumen dengan pernyataan harga pengiriman barang murah dengan rata-rata 3,79, hal ini agar dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan agar menawarkan produk/layanan yang sepadan untuk pelanggan.
2. Variabel kepuasan pelanggan yang memiliki rata-rata terendah yaitu pada indikator minat berkunjung Kembali dengan pernyataan tertarik menggunakan JNE dengan ukuran paket yang bernilai besar dengan rata-rata 3,75, hal ini agar menjadi pertimbangan bagi Perusahaan untuk terus memberikan pelayanan terbaik agar ketika pelanggan ingin mengirimkan ukuran barang dengan nilai yang besar atau tinggi, pelanggan tidak khawatir menggunakan ekpedisi JNE.

3. Variabel yang memiliki nilai rata-rata terendah yaitu pada variabel sistem pelacakan online dengan rata-rata 3,38, hal ini agar menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk meningkatkan fasilitas pengecekan resi secara online seperti selalu meng*up-to-date* resi, meningkatkan keamanan ketika pelanggan melakukan atau telah melakukan pengecekan barang secara online, serta dapat memberikan pelayanan terbaik ketika pelanggan membutuhkan informasi mengenai pengiriman yang telah dilakukan pada ekpedisi JNE.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Agar dapat menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan seperti Diskon, Promosi dan Kualitas Layanan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Abdullah, Thamrin., Tantri, Francis. (2019). Manajemen pemasaran. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Abdul Manap. (2016). Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media

Ali Hasan. (2014). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. CAPS. Yogyakarta

Arsyam, M. (2020). Manajemen Pendidikan Islam (Bahan Ajar Mahasiswa) Disusun Oleh Kota Makassar. *Makassar: Sekolah Tinggi Agama Islam Darud Da'wah Wal-Irsyad*, 13.

Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CV Budi Utama

Barkatullah, A. H. (2017). Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia. In Nusamedia.

Jaya Sakti, B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu pengiriman dan falsilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. Diponegoro Journal of Management, 7(4), 1–8. http://ejournall-s1.undip.ac.id/index.php/dbr

Eri, S. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, *9*(2), 952–962.

Fatihudin, D. and Firmansyah, M. A. (2019) Buku Pemasaran Jasa. 1st edn. Yogyakarta: Deepublish.

Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Hadiyati, H. (2017). Dinamisia: Jurnal Inovasi Bisnis. Jurnal Diklat Review, 1(1), 12-17

Hasmawi, F. (2019). Manajemen dalam komunikasi. *Al-Idarah*, *V*(6), 1–11.

Irawan, I. (2015). The Scientific Paradigm of Islamic Education Management: Phenomenology Perspective. P Buckley, I Irawan. Jurnal Pendidikan Islam 2 (1), 1-29, 2015.

Ismanto, J. (2020). Manajemen pemasaran. Tangerang Selatan: Unpam Press.

Indasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press.

Juniariska, shintia (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia.

Kelly, T. P. M. F. (2020). Pemasaran Jasa. In Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). pearson education limited.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga. Kotler, Bowen, dan Makens

Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2018). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Muniarty, P., Verawaty, Hasan, S., Patimah, S., CH, T., jhon anderson butar butar, D., Cahyani, P., Ismail, Noor, A., Guntarayana, I., Fitriana, kurnia sari, R., & mia sihombing, C. (2022). Manajemen Pemasaran: Manajemen Pemasaran Modern. In M. Sari (Ed.), *Management Pemasaran* (Vol. 9, Issue 2).

Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran. Bandung : Alfabeta.

Mursid, M. (2014). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara.

Pasuraman Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa, (Yogyakarta:Andi,2014) h. 282.

Panjaitan, R. (2018). Manajemen Pemasaran : Manajemen Pemasaran Modern. *Management Pemasaran*, *9*(2), 1–180.

Paramita, C., & Nugroho, S. S. (2014). Pengaruh kualitas layanan pada kepuasan dan loyalitas konsumen pembelanjaan daring (keterlibatan produk sebagai

pemoderasi). *Jurnal Siasat Bisnis*, *18*(1), 100–117.

Priansa, D.J. (2017). Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial. Bandung: CV Pustaka Setia.

Sulistiyowati, W. (2018). Kualitas Layanan, Teori dan Aplikasinya. In septo budi sartika (Ed.), *Экономика Региона* (UMSIDA Pre).

Sudirman, I. M. S. A. S., & Suasana, I. G. A. K. G. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, Dan Loyalitas Nasabah Internet

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D**.** Bandung: Alfabeta.

Suparyanto dan Rosad. (2015). Konsep Kerjasama Bilateral. In Suparyanto dan Rosad (2015.

Tjiptono, F. (2020). Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan. Yogyakarta: Andi.

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2016). Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono. 2019. Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.

Tjiptono, F. (2014) Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian. 1st edn. Yogyakarta: Penerbit: Andi, Yogyakarta.

Jurnal:

Agustina, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Jurnal Manajemen*, *5*(9), 38–49. https://core.ac.uk/download/pdf/225831987.pdf

Aliftian Nantigiri, M. H., Handayani, S., & Veronica, V. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Bekasi Tahun 2021. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, *7*(2), 181–192. https://doi.org/10.54324/j.mbtl.v7i2.660

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.

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. https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253

Fihartini, Yuniarti and Prasetyo, K. (2017). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Sistem Pelacakan on-Line (Web Trace and Tracking)Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, *13*(3), 1–97.

Fitri Amanda, N., Andini, R., & R Manurung, E. (2020). Analisis Konsep Pemasaran Yang Digunakan Oleh Para Pedagang. *Jurnal Ekonomi Islam*, *1*(3), 287–294.

Hamdani, R., & Swastika, B. (2021). Pemasaran Digital Dan Pengenalan Green Marketing Di Kecamatan Punung Kabupaten Pacitan. Jurnall Abdimas Maldani dan Lestari (JAMALI), 3(2), 80–86. https://doi.org/10.20885/jamali.vol3.iss2.art6

Hafizha, S., Abdurrahman & Nuryani, H. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tariff Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Volume 2 No 1.

Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, *7*(2), 56–64. https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255

Lutha, isnaini aulia, Nurhajati, & Wahono, B. (2023). Vol. 13. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Pengaruh Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Lowokwaru Kota Malang (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang)*, *13*(01), 115–124.

Maslikhan, M., Basalamah, M. R., & Athia, I. (2020). Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus JNE Cabang Utama Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 12–21. www.fe.unisma.ac.id

Mawarni, O. D. (2022). Pengaruh Fasilitas Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Studi Pada J&T Express Cabang Kota Karanganyar). *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *10*(1), 445–450. https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/556/372

Murniati, A. M. (2022). Pengaruh Motivasi, Pemberian Reward dan Punishment Terhadap Kinerja Pegawai SIpil Pada Dinas Sosial Provinsi Sulawesi Selatan. Doctoral dissertation.

Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (Trust) Dan Kualitas Pelayanan Online (E-Service Quality) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, *5*(1), 11. https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384

Renaldi, Khaerana, & Anhar Maulana. (2023). Analisis Kualitas Layanan E-Tracking Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Ekspedisi J&T Express Cabang Palopo. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, *6*(1), 54–63. https://doi.org/10.56858/jmpkn.v6i1.93

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

Roma Seharty S. Sumbayak1, Abdurrozzaq Hasibuan"pengaruh sistem pelacakan online dan ketepatan pengiriman barang terhadap kepuasan pelanggan" Jurnal Kajian Ilmiah InterdisiplinierVol 8No. 6 Juni 2024eISSN: 2118-7303

Stefanny Aprilia Pohan.” Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Kirim J&T Di Kota Medan”.S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area,2023

Sudirman, I. M. S. A. S., & Suasana, I. G. A. K. G. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, Dan Loyalitas Nasabah Internet Banking Di Kota Denpasar. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, *1*(4), 473–488. https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i4.52

Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan

Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, *31*(02), 31–41. https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718

Winasis, C. L. R., Widianti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *3*(4), 452–462.