

**PENGARUH *RESPONSIVENESS* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
JNE DI KOTA SAMARINDA**

**NASKAH PUBLIKASI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

**Hafifah Lilis Stianti**

**1911102431096**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR**

**2023**

**Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Di Kota Samarinda**

**NASKAH PUBLIKASI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

**Hafifah Lilis Stianti**

**1911102431096**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**NASKAH PUBLIKASI**

**PENGARUH *RESPONSIVENESS* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
JNE DI KOTA SAMARINDA**

Oleh:

**Hafifah Lilis Stianti**

**1911102431096**

Samarinda, 27 Juni 2023

Telah disetujui oleh:

Pembimbing,



**Marsha Anindita, S.E., M.S.M.**

**NIDN : 1114099102**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**NASKAH PUBLIKASI**


**PENGARUH *RESPONSIVENESS* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
JNE DI KOTA SAMARINDA**


Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Hafifah Lilis Stianti  
NIM : 1911102431096  
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 27 Juni 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

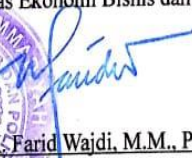
Susunan Penguji:

Penguji I : Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M. (  )  
NIDN: 1125109301

Penguji II : Marsha Anindita, S.E., M.S.M. (  )  
NIDN: 1114099102

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik

  
Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D  
NIDN : 0605056501

Ketua  
Program Studi Manajemen

  
Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D  
NIDN : 0620107201

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hafifah Lilis Stianti  
NIM : 1911102431096  
Program Studi : Manajemen  
Email : [lilisstianti@gmail.com](mailto:lilisstianti@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Samarinda, 27 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,





**Hafifah Lilis Stianti**

# **PENGARUH RESPONSIVENESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE DI KOTA SAMARINDA**

Hafifah Lilis Stianti<sup>1</sup>, Marsha Anindita<sup>2</sup>, Hudyah Astuti Sudirman<sup>3</sup>

Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur  
Samarinda

Corresponding author: ma364@umkt.ac.id

## **ABSTRAK**

*This study has a focus on gaining insight regarding the effect of Responsiveness on JNE Customer Satisfaction in Samarinda City. The subjects or objects contained in the writing of this research are all JNE customers in Samarinda City. This writing utilizes a quantitative descriptive research approach. The sample used in this study was 150 respondents who were obtained using purposive sampling. The data acquisition mechanism utilizes a questionnaire with the media in the form of Google Form. The data processing method in this study was SPSS version 24. The results or output of this research process explained that responsiveness had a positive and significant effect on JNE customer satisfaction in Samarinda City.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction, Responsiveness*

## **1. PENDAHULUAN**

Pertumbuhan e-commerce di Indonesia mulai meningkat seiring bertambahnya waktu, hal ini pun memberikan dampak yang baik terhadap penyedia jasa logistik sebagai penunjang dalam bidang usaha ini. Mengingat setelah terjadinya Covid-19 telah mengubah dan meningkatkan pola berbelanja melalui daring, sehingga memberikan dampak besar bagi industri logistik dalam meningkatkan kualitas pelayanan sebagai penunjang bisnis e-commerce.

Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh AC Ventures, disebutkan bahwa pasar logistik Indonesia berada diangka \$270 miliar di tahun 2020 dengan Compounded Annual Growth Rate (CAGR) sebesar 16,2% selama periode antara tahun 2015 dan 2020.

Satu dari pihak perusahaan atau pelaku usaha yang berjasa pada bidang logistik yaitu JNE dimana ini adalah salah satu perusahaan jasa logistic atau pengiriman barang dalam berbagai bentuk seperti paket, dokument, dan sebagainya. Untuk brand usaha yang lain seperti YES atau Yakin Esok Sampai, kemudian ada juga OKE atau Ongkos Kirim Ekonomis, dan SUPER SPEED atau SS.

Berdasarkan Top Brand Award bahwasanya JNE memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan usaha jasa pengiriman yang lain. Khususnya di tahun

2019, 2020, dan 2022, JNE berada di urutan tertinggi dengan persentase di angka 26.40% pada 2019 kemudian 27.30% di tahun 2020 dan 39.30% di tahun 2022.

Menurut sumber DataBoks JNE menempati urutan kedua sebagai jasa ekspedisi yang memiliki aduan terbanyak dari pelanggan. Untuk mencari tahu penyebab meningkatnya aduan tersebut maka diperlukan analisis yang berhubungan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan jasa. Menurut (Kotler & Amstrong, 2016) kepuasan adalah tolak ukur atas sebuah produk maupun jasa yang dapat dinikmati oleh penikmat atau pelanggan yang sesuai dengan ekspektasinya. Tetapi jika kualitas suatu produk maupun jasa tidak cocok dengan harapannya maka pelanggan tidak puas.

Satu dari komponen yang memiliki peran dalam penilaian kepuasan pelanggan adalah Responsiveness. Responsiveness (Daya Tanggap) yaitu suatu kemampuan sebuah pelaku usaha atau perusahaan dalam memberikan layanannya secara baik dan maksimal kepada setiap pelanggan dengan menyamakan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara jelas (Sudrajat & Murniyati, 2018). Dalam hal ini, JNE melakukan evaluasi tingkat kualitas pelayanan terhadap responsiveness.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Pemasaran Jasa**

Arti akan penjabaran pemasaran suatu jasa dapat bisa diklasifikasikan dalam dua bidang, baik sosial maupun ekonomi. Dalam hal sosial, pemasaran suatu jasa ialah suatu aktivitas dalam aspek social yang melibatkan pihak maupun beberapa pihak dalam meraih apa yang menjadi keperluan mereka serta keinginan dengan membuat, menawarkan, serta melakukan barter akan produk maupun jasa yang dianggap memiliki harga oleh masing-masing pihak. Secara ekonomi, pemasaran layanan adalah proses di mana ide produk layanan direncanakan, diimplementasikan, diberi harga, dipasarkan, dan disalurkan guna mewujudkan proses barter yang dianggap konsisten dengan tujuan pribadi dan kelompok.

Jasa memiliki ketidaksamaan dengan barang (produk) disebabkan oleh suatu jasa tidak bisa diperhatikan lewat mata serta mampu mewujudkan perbedaan terkait bagaimana cara serta tindakan pada penyusunan strategi pemasaran. Payne (2000) menyatakan layanan pemberian produk jasa adalah kegiatan ekonomi dengan beberapa bagian hal tak terwujud (makna dan kegunaan) yang memiliki keterkaitan dengannya, yang mengikut sertakan serangkaian hubungan terhadap pelanggan atau properti barang serta hal itu tidak mengakibatkan perubahan hak milik di dalam situasi yang dapat timbul serta dalam produksi sebuah jasa dapat tidak terkait dengan hasil fisik. Jasa adalah kegiatan, keunggulan maupun rasa puas dengan apa yang dikemukakan untuk dikomersilkan.

### **2.2. Bauran Pemasaran**

Pembauran promosi atau pemasaran adalah rencana promosi guna memenuhi apa yang menjadi tujuan dari organisasi serta para pelanggan. Model

marketing mix menitikberatkan aspek yang memiliki perbedaan dimana selanjutnya terkenal dengan sebutan 4P yaitu product, price, place, dan promotion. Kemudian semakin berjalannya waktu, kuantitas bertambah menjadi tujuh yakni produk, harga, promosi, tempat, orang (personel), proses serta bagaimana bukti yang bisa dilihat secara visual. Pembauran pemasaran/promosi adalah kombinasi instrumen promosi yang dapat dikendalikan si pelaku usaha guna menciptakan reaksi yang diharapkan dari pasar sasaran (Kotler & Armstrong, 2012).

### **2.3. Responsiveness**

Menurut (Kotler & Keller, 2008), kemampuan memahami dan menanggapi (responsiveness) mencakup ketersediaan guna membantu customer serta memberikan layanan yang efisien dalam hal waktu. Daya tanggap melibatkan inisiatif guna membantu serta dalam hal pemberian layanan yang tanggap serta sesuai untuk para customer dengan memberikan informasi yang mudah dipahami. Penundaan tanpa adanya suatu penjelasan yang secara jelas dan benar dalam memberikan pelayanan dapat menyebabkan persepsi negatif terhadap kualitas layanan (Lupiyoadi, 2001).

Dari berbagai gagasan tersebut, maka dijelaskan jika kemampuan memahami dan menanggapi merupakan kemampuan pegawai guna pemberian layanan secara responsif dalam memenuhi segala kebutuhan dan permintaan pelanggan.

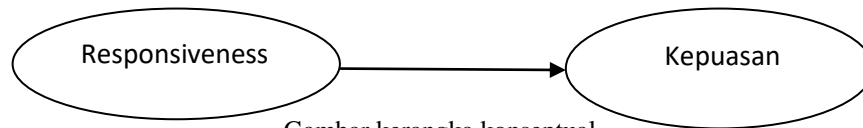
### **2.4. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan adalah suatu emosi yang timbul pada individu setelah melaksanakan perbedaan diantara kinerja atau output suatu produk sesuai dengan apa yang telah diekspetasikan. Apabila kualitas produk tidak bisa mencapai harapannya, maka dari itu pelanggan bisa tidak terpuaskan. Apabila kinerja yang cocok dengan ekspektasi, sehingga pelanggan akan terpuaskan. Sedangkan apabila kualitas jasa justru melebihi ekspektasi pelanggan maka mereka akan kepuasan atau senang (Kotler & Keller, 2018). Mengacu pada pernyataan Tjiptono (2006), kepuasan pelanggan menggambarkan jika kepuasan konsumen merupakan evaluasi pasca pembelian dimana pilihan yang dipilih memberikan hasil akhir (outcome) yang paling tidak sesuai atau justru malah melebihi ekspektasi pelanggan.

Menurut beberapa gagasan ahli, bisa disimpulkan bahwasanya rasa terpuaskan adalah suatu perasaan kegembiraan yang timbul ketika kebutuhan atau keinginan seseorang terpenuhi. Kepuasan pelanggan adalah hasil dari beberapa ulasan mereka terhadap fasilitas dari produk maupun jasa yang mereka manfaatkan untuk memenuhi keperluan, di mana terkiat kinerja yang cocok atau justru melebihi ekspektasi.



## Responsiveness dan Kepuasan Pelanggan



Gambar kerangka konseptual

### Pengembangan Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2014), hipotesis atau keputusan merupakan kesimpulan yang sifatnya tidak permanen akan rumusan beberapa konflik dalam suatu penelitian. Hipotesis bersifat tentatif dan masih perlu dibuktikan kebenarannya melalui pengumpulan data empiris.

Pentingnya pengaruh daya tanggap (responsiveness) terhadap kepuasan pelanggan tidak dapat diabaikan, karena daya tanggap dalam pelayanan yang diberikan oleh karyawan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Responsiveness melibatkan daya mampu dalam memberikan bantuan kepada pelanggan serta dengan tangggap bisa merespon kebutuhan mereka. Konteks pelayanan perusahaan jasa logistik, responsivitas telah dijadikan sebagai hal utama/kunci yang mempengaruhi rasa kepuasan. Kualitas layanan yang maksimal serta ramah akan berdampak positif bagi perusahaan, sementara pelayanan yang kurang responsif dapat berakibat buruk terhadap citra perusahaan dan kepuasan pelanggan. (Utami, 2014) menyatakan bahwa responsiveness memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

H1 : Terdapat pengaruh langsung positif antara responsiveness terhadap kepuasan pelanggan.

### 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei, dimana pengumpulan data dilakukan melalui melalui kuesioner sebagai instrument utama (Siyoto & Sodik, 2015). Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi fokus adalah seluruh pelanggan JNE di Kota Samarinda. Dalam penelitian ini, teknik Non Probability Sampling yang digunakan lebih tepatnya adalah Purposive Sampling. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 150 responden. Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS V.24.

**Tabel Karakteristik Responden**

<b>Karakteristik</b>	<b>Kategori</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Jenis Kelamin	Pria	58	38,7%
	Wanita	92	61,3%
Usia	<20	29	19,3%
	20-30	114	76%
	31-40	6	4%
	>40	1	0,7%
Profesi	Mahasiswa	90	60%
	Karyawan	33	22%
	Pegawai Negeri	2	1,3%
	Wirausaha	13	8,7%
	Lainnya	12	8%
Pendidikan	SD	1	0,7%
	SMP	5	3,3%
	SMA	66	44%
	S1	77	51,3%
	Magister	1	0,7%
	Ph.D	0	0%
Monthly Income	<1.000.000	69	46%
	1.000.000-2.000.000	41	27,3%
	>2.000.000	40	26,7%

Sumber : diolah peneliti 2023

#### **4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

##### **Uji Instrumen**

##### **Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

Uji ini dilaksanakan guna mendapatkan pengetahuan validitas dan reliabilitas dari suatu indikator. (Azwar, 2014) suatu variabel disebut valid dan reliabel apabila variabel tersebut memiliki nilai KMO Measure of Sampling Adequancy > 0,5 dan Cronbach's Alpha > 0,6 (Sujarweni, 2015). Selain itu, uji ini juga berfungsi untuk mendapatkan pengetahuan apakah target responden memahami dengan baik pernyataan kuesioner yang dibangun.

**Tabel Hasil Uji Validitas & Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>KMO</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Component Matrix</b>	<b>Keterangan</b>
Responsiveness	Estimasi waktu pengiriman yang diberikan oleh JNE selalu tepat dan akurat.	0,761	0,864	0,806	Reliabel dan Valid
	JNE memiliki counter yang banyak dan mudah dijangkau.			0,795	
	Jika ada masalah dengan paket saya, customer service JNE selalu membantu saya.			0,881	
	Customer service JNE selalu merespon keluhan dan permintaan saya.			0,892	
Kepuasan Pelanggan	JNE merupakan			0,925	Reliabel dan

	perusahaan jasa pengiriman yang tepat bagi saya.	0,753	0,937	0,959	Valid
	Jasa pengiriman yang diberikan oleh JNE mampu memenuhi ekspektasi saya.			0,954	
	Saya sangat puas dengan pelayanan jasa pengiriman yang diberikan oleh JNE.				

Sumber : diolah peneliti 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai KMO Measure of Sampling Adequacy dan nilai Cronbach's Alpha untuk variabel responsiveness sebesar  $0,761 > 0,5$  dan  $0,864 > 0,6$ . Sedangkan nilai KMO Measure of Sampling Adequacy dan Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Kepuasan Pelanggan sebesar  $0,753 > 0,5$  dan  $0,937 > 0,6$ . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah valid dan reliabel. Hasil penelitian dan pembahasan adalah memaparkan hasil penelitian ataupun analisis yang dibuat oleh peneliti.

### **Pengujian Hipotesis**

Uji t digunakan untuk menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Persamaan yang digunakan sesuai dengan petunjuk yang dikemukakan oleh (Sugiyono, 2015) pada tingkat signifikansi alpha sebesar 5% atau 0,05, yang merupakan patokan yang umum digunakan dalam penelitian. Kriteria pengujian: jika  $\text{sig} < \alpha = 0,05$  atau 5% maka

Ho diterima, Ha ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan. Sedangkan jika  $\text{sig} > \alpha = 0,05$  atau 5% maka Ho ditolak, Ha diterima berarti tidak ada pengaruh yang signifikan.

**Tabel Hasil Uji T**

Variabel	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	B	Std. Error	Coefficients Beta		
(Constant)	3.899	0,763		5.108	0,000
Responsiveness	0,558	0,041	0,747	13.652	0,000

Sumber: diolah peneliti 2023

Diketahui nilai signifikansi Responsiveness terhadap Kepuasan Pelanggan adalah  $0,00 < 0,05$  dan nilai t hitung  $13.652 > t$  tabel 1,655, maka Ho ditolak. Maka dari itu, ditarik kesimpulan bahwa secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan antara Responsiveness (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

## 5. KESIMPULAN

Atas dasar penelitian terdahulu dimana sudah dijabarkan dalam bab-bab di atasnya, ditemukan responsiveness memberikan dampak positif akan kepuasan pelanggan. Pada penelitian lainnya yang dilakukan oleh Po- Lin Lai et al., pada jurnalnya yang berjudul *Determinants of customer satisfaction with parcel locker services in last-mile logistics* bahwa responsiveness adalah prediktor terkuat yang berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan dengan layanan jasa pengirimannya. Penelitian ini bertujuan untuk dapat memberikan penjelasan mengenai pengaruh responsiveness terhadap kepuasan pelanggan JNE di Kota Samarinda. Berdasarkan hasil uji regresi regresi, bahwa responsiveness memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adanya daya tanggap yang dilakukan mampu memberikan kepuasan pelanggan, sesuai dengan satu dari pernyataan pada variabel responsiveness yang menyebutkan customer service JNE selalu merespon keluhan dan permintaan saya. Adanya interaksi tersebut pelanggan merasakan puas dengan layanan yang diberikan oleh JNE.

## 6. DAFTAR PUSTAKA








- [1] Azwar S. (2014). *Reliabilitas dan Validitas* (Edisi 4). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [2] Ghazali, I. (2006). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [3] Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. : Erlangga.
- [4] Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- [5] Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- [6] Lai, P., Jang, H., Fang, M., & Peng, K. (2021). *Determinants of customer satisfaction with parcel locker services in last-mile logistics*. *The Asian*




Journal of Shipping and Logistics, 38(1), 25–30.  
<https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2021.11.002>

- [7] Duc, D. N., Nguyen, H. T., & Truong, P. H. (2020). The Asian Journal of Shipping and Logistics Port logistics service quality and customer satisfaction: Empirical evidence from Vietnam. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 36(2), 89–103.  
<https://doi.org/10.1016/j.ajsl.2019.10.003>
- [8] Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- [9] Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3, No 1,1-22.
- [10] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- [11] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- [12] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Penerbit CV. Alfabeta. Bandung.
- [13] Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press. Alfabeta.
- [14] Tjiptono, F. (2006). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia.
- [15] Umar, Husein. (2008). *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan: Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah (Edisi I)*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- [16] Utami. (2014). Pengaruh Tangible, empathy, Reliability, Responsiveness dan Assurance Terhadap Loyalitas Pelanggan Berbelanja Pada Toko Tita Di Lubuk Buaya Kota Padang. *Journal of Economic and Economic Education.*, Vol 3 (1), 64–70.

**FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR  
KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : HAFIFAH LILIS STIANTI  
 NIM : 1911102431096  
 Program Studi : MANAJEMEN  
 Bimbingan Mulai : 21 FEBRUARI 2023  
 Judul Skripsi : PENGARUH RESPONSIVENESS TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN JNE DI KOTA  
SAMARINDA

No	Tanggal	Permasalahan	Paraf Pembimbing
1	21 / 2023 / 2	Penentuan Variabel	
2	14 / 2023 / 3	Revisi Penambahan data pendukung, hipotesis Penelitian terdahulu, format penulisan	
3	29 / 2023 / 3	Revisi Parafrase, format penulisan	
4	4 / 2023 / 4	Perbaikan format penulisan, penambahan data	
5	5 / 2023 / 4	Perbaikan kalimat, perbaikan perumusan hipotesis	
6	8 / 2023 / 5	Pengusunan tabel operasional dan pengumpulan responden untuk mengisi kuesioner	
7	4 / 2023 / 6	Konsul hasil uji di spss	

12/2023 6	Revisi susunan pembahasan bab 4 dan 5	
15/2023 6	Revisi tabel, format penulisan dan bab 5	
16/2023 6	Persetujuan stripsi dan naskah publikasi	

Samarinda, .....2023

Pembimbing,

( ..... )



# PENGARUH RESPONSIVENESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE DI KOTA SAMARINDA

*by Uji Turnitin*

---

**Submission date:** 15-Oct-2023 04:18AM (UTC-0400)

**Submission ID:** 2161899148

**File name:** Naskah\_Halfah\_Lilis.doc (120K)

**Word count:** 2155

**Character count:** 13746

## PENGARUH RESPONSIVENESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JNE DI KOTA SAMARINDA

### ORIGINALITY REPORT

**27** %

SIMILARITY INDEX

**26** %

INTERNET SOURCES

**17** %

PUBLICATIONS

**15** %

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="http://www.diva-portal.org">www.diva-portal.org</a> Internet Source	<b>3</b> %
<b>2</b>	<a href="http://repofeb.undip.ac.id">repofeb.undip.ac.id</a> Internet Source	<b>2</b> %
<b>3</b>	<a href="http://jurnal.univpgri-palembang.ac.id">jurnal.univpgri-palembang.ac.id</a> Internet Source	<b>2</b> %
<b>4</b>	<a href="http://repository.umpalopo.ac.id">repository.umpalopo.ac.id</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>5</b>	<a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>6</b>	<a href="http://ejournal.pelitaindonesia.ac.id">ejournal.pelitaindonesia.ac.id</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>7</b>	<a href="http://www.e-journal.stie-aub.ac.id">www.e-journal.stie-aub.ac.id</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>8</b>	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	<b>1</b> %
<b>9</b>	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source	<b>1</b> %



**UMKT**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
Kalimantan Timur

Kampus 1 : Jl. Ir. H. Juanda, No.15, Samarinda  
Kampus 2 : Jl. Pelita, Pesona Mahakam, Samarinda  
Telp. 0541-748511 Fax.0541-766832



### SURAT KETERANGAN ARTIKEL PUBLIKASI

*Assalamualaikum Warahmatullahi wabarokatuh*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Marsha Anindita, S.E., M.S.M.  
NIDN : 1114099102  
Nama : Hafifah Lilis Stianti  
NIM : 1911102431096  
Fakultas : Ekonomi Bisnis dan Politik  
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa artikel ilmiah yang berjudul "Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Di Kota Samarinda" telah di submit pada Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi (JABE) pada tahun 2023.

<https://journal.widyatama.ac.id/index.php/jabe/>

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi wabarokatuh*

Mahasiswa

Hafifah Lilis Stianti  
NIM. 1911102431096

Samarinda, 03 Agustus 2023  
Pembimbing

Marsha Anindita, S.E., M.S.M.  
NIDN. 1114099102