

**PENGARUH *TANGIBILITY* DAN *TIMELINESS* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN JNE DI KOTA SAMARINDA**

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan oleh:

Evan Julio Bangkit Gunawan

1911102431330



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
JANUARI 2024**

**PENGARUH *TANGIBILITY* DAN *TIMELINESS* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN JNE DI KOTA SAMARINDA**

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Politik Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

Diajukan oleh:

Evan Julio Bangkit Gunawan

1911102431330



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
JANUARI 2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH TANGIBILITY DAN TIMELINESS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KOTA SAMARINDA

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan oleh:

Evan Julio Bangkit Gunawan

1911102431330

Disetujui Untuk Diujikan
Pada Tanggal 10 Januari 2024

Pembimbing



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

NIDN: 1114099102

Mengetahui,
Koordinator Skripsi



Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M

NIDN: 1125109301

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *TANGIBILITY* DAN *TIMELINESS* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN JNE DI KOTA SAMARINDA



NASKAH PUBLIKASI

Diajukan oleh:

Evan Julio Bangkit Gunawan

1911102431330

Diseminarkan dan Diujikan
Pada Tanggal 16 Januari 2024

| PENGUJI I | PENGUJI II |
|--|---|
|  <u>Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M. M</u> NIDN: 1125109301 |  <u>Marsha Anindita, S.E., M.S.M.</u> NIDN: 1114099102 |

Mengetahui,
Ketua

Program Studi Manajemen


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

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Evan Julio Bangkit Gunawan

NIM : 1911102431330

Program Studi : Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh *Tangibility* Dan *Timeliness* Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE
Di Kota Samarinda

menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi saya ini, atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Samarinda, 15 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Evan Julio Bangkit Gunawan

NIM: 1911102431330



Pengaruh *Tangibility* Dan *Timeliness* Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Di Kota Samarinda

The Influence Of Tangibility And Timeliness On Customer Satisfaction At JNE In Samarinda

Evan Julio Bangkit Gunawan¹⁾, Marsha Anindita²⁾, Hudyah Astuti Sudirman³⁾
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak *tangibility* dan *timeliness* terhadap kepuasan pelanggan JNE di Kota Samarinda. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dengan memanfaatkan data primer dan sekunder. Populasi yang diidentifikasi adalah seluruh pelanggan JNE di Kota Samarinda, dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Kuesioner berbentuk Google Form digunakan sebagai alat pengumpulan data. Dalam proses penelitian, dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji Heterokedastisitas untuk memastikan instrumen penelitian yang digunakan dapat diandalkan dan sah. Selanjutnya, dilakukan uji parsial (uji t) dan uji koefisien determinasi (R²) untuk menganalisis pengaruh *tangibility* dan *timeliness* terhadap kepuasan pelanggan. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari *tangibility* dan *timeliness* terhadap kepuasan pelanggan JNE di Kota Samarinda.

Kata Kunci: *Tangibility*, *Timeliness*, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This study aims to evaluate the impact of tangibility and timeliness on customer satisfaction with JNE in Samarinda. The research method employed is descriptive quantitative, utilizing both primary and secondary data. The identified population consists of all JNE customers in Samarinda, with a sample size of 150 respondents selected through purposive sampling. A questionnaire in the form of a Google Form is used as the data collection tool. In the research process, validity tests, reliability tests, normality tests, multicollinearity tests, and Heteroskedasticity tests are conducted to ensure the reliability and validity of the research instruments. Subsequently, partial tests (t-tests) and determination coefficient tests (R²) are performed to analyze the influence of tangibility and timeliness on customer satisfaction. The gathered data are analyzed using SPSS version 26 software. The research results indicate a significant impact of tangibility and timeliness on customer satisfaction with JNE in Samarinda.

Keywords: *Tangibility*, *Timeliness*, Customer satisfaction



PENDAHULUAN

Ekspansi perdagangan elektronik di Indonesia telah menunjukkan tren peningkatan secara bertahap, sehingga memberikan hasil yang baik bagi penyedia layanan logistik yang memainkan peran penting dalam memfasilitasi operasi dalam industri ini. Munculnya pandemi COVID-19 telah mengakibatkan perubahan dan pertumbuhan dalam perilaku pembelian online. Oleh karena itu, perubahan-perubahan ini mempunyai pengaruh terhadap sektor logistik, khususnya dalam meningkatkan kualitas layanan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan e-commerce.

Gambar 1 Hasil Komparasi Keunggulan Brand

| Nama Brand | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---------------|-------|-------|-------|-------|------|
| DHL | 3,80 | 4,10 | 6,00 | 6,90 | 0 |
| J&T | 20,30 | 21,30 | 33,40 | 23,30 | 0 |
| JNE | 26,40 | 27,30 | 28,00 | 39,30 | 0 |
| Pos Indonesia | 5,40 | 7,70 | 8,50 | 8,50 | 0 |
| Tiki | 12,60 | 10,80 | 11,20 | 11,10 | 0 |

Showing 1 to 5 of 5 entries

Sumber: Top Brand Award

Berdasarkan gambar diatas dari Top Brand Award, JNE mengungguli perusahaan lain di industri jasa pengiriman produk. JNE secara konsisten meraih peringkat teratas pada tahun 2019, 2020, dan 2022 dengan persentase 26,40% pada tahun 2019, 27,30% pada tahun 2020, dan 39,30% pada tahun 2022 tapi pada tahun 2023 J&T Express meraih peringkat teratas dengan persentase 33,30%. JNE adalah perusahaan terkemuka yang bergerak di bidang jasa pengiriman. Organisasi ini mengkhususkan diri dalam penyediaan layanan logistik dan pengangkutan berbagai komoditas paket, dokumen, dll. JNE menawarkan banyak mode pengiriman, antara lain YES (Tiba Besok), REG (Reguler), OKE (Pengiriman Ekonomis), SS (Super Speed), Diplomat, dan JTR.

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini untuk menganalisis apakah *tangibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap JNE di kota Samarinda. Sedangkan apakah *timeliness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE di kota Samarinda.

Menurut Parasuraman et. al (2001) *Tangibility* mengacu pada kapasitas suatu perusahaan untuk memberikan bukti kehadiran dan keberadaannya kepada pihak lain. *Tangibility* mencakup elemen nyata seperti bangunan, peralatan, dan penampilan personel.

Timeliness mengacu pada durasi konsumen memesan produk hingga produk tersebut tiba di tangan konsumen. Perkiraan waktu kedatangan menjadi indikator penting bagi pelanggan untuk menilai kualitas layanan pengiriman (Hafizha et al., 2019).

Kepuasan pelanggan diperoleh dari akumulasi pelanggan yang telah menggunakan layanan tersebut. persepsi konsumen yang baik terhadap suatu layanan menimbulkan rasa percaya diri, yang mengarah pada dukungan berkelanjutan dan penyebaran rekomendasi yang baik. Mentalitas pelanggan yang baik menumbuhkan komitmen untuk mengunjungi dan merekomendasikan kepada orang lain (Akbar., 2021).

Penelitian Terdahulu

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

| No | Peneliti | Judul | Pembahasan | Hasil Penelitian |
|----|---|--|--|---|
| 1 | Zaenab Wulandari, Novia Seviani (2022) | Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Express Karawang | bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan JNE EXPRESS Karawang. Populasi | 1) kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2) ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3) kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. |
| 2 | Gracia P.P. Damalang J. A. F. Kalangi Lucky F. Tamengkel (2021) | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. JNE Cabang Manado | bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Cabang Manado. | Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara simultan dan parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen JNE Cabang Manado. |

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif karena informasi yang digunakan terdiri dari angka, data, dan angket(kuesioner). (Sugiyono, 2015) mengungkapkan bahwa metode kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang berasal dari perspektif filsafat positivis, yang diterapkan untuk memahami populasi atau sampel. Pendekatan ini menggunakan alat ilmiah untuk mengumpulkan data, yang kemudian diperiksa untuk mengevaluasi hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Penelitian ini dilakukan pada konsumen JNE yang berdomisili di kota Samarinda yang dilakukan secara online dengan menyebar google form. Populasi ialah suatu wilayah umum, yang mencakup objek atau subyek yang memiliki keterampilan dan ciri eksklusif yang akan ditetapkan oleh peneliti untuk tujuan melakukan penelitian dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh konsumen yang pernah memakai jasa pengiriman JNE pada Kota Samarinda yang berjumlah 150 responden.

Sampel yang diberikan mewakili ukuran dan karakteristik populasi dengan asumsi bahwa populasi tersebut mempunyai jumlah yang relevan. Informasi yang ditemukan melalui analisis sampel dapat diterapkan pada keseluruhan populasi. Pemilihan sampel harus benar-benar mencerminkan populasi tersebut. (Sugiyono, 2016). Metode pengambilan sample pada penelitian ini ialah metode Hair et al menggunakan Teknik purposive sampling dengan kriteria atau pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013).

Dalam pengukuran variabel penelitian, digunakan skala Likert yang terdiri dari 6 pilihan jawaban dengan nilai masing-masing. Penilaian skala Likert tercantum dalam Tabel 1 di bawah ini:

Tabel 2 Bobot Penilaian Kuesioner

| Penilaian | Bobot nilai |
|---------------------|-------------|
| Sangat tidak setuju | 1 |
| Tidak setuju | 2 |
| Kurang Setuju | 3 |
| Cukup setuju | 4 |
| Setuju | 5 |
| Sangat Setuju | 6 |

Aspek-aspek yang dianalisis dalam penelitian ini adalah *tangibility dan timeliness* sebagai variable bebas serta kepuasan pelanggan sebagai variable terikat. metodologi pengumpulan data yang digunakan meliputi penggunaan teknik berbasis kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2016) mengartikan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Pengumpulan data adalah proses memperoleh informasi dengan menyajikan rangkaian pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas menggunakan teknik *KMO (Measure of Sampling Adequacy)*, item yang menunjukkan tingkat signifikansi nya lebih besar dari 0,05 dianggap valid (Gunawan, 2019).

Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen diuji dengan model *Cronbach's alpha* dikatakan reliabel atau layak jika nilai *Cronbach's alpha*-nya di atas 0,06, sedangkan dianggap tidak reliabel jika nilainya di bawah 0,06 (Rohman & Abdul, 2020). *

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan analisis *plot P-P*, Data normalitas dapat dinilai dengan memeriksa distribusi data pada sumbu diagonal suatu plot grafik atau menganalisis histogram dan residu (Ghozali, 2013).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk dalam mendeteksi dan mengukur adanya korelasi antar variabel independent, Jika angka toleransi melebihi 0,10 atau nilai Variance Inflation Factor (VIF) Apabila di bawah angka 10, dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinieritas atau sebaliknya.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas menggunakan uji glejser, Jika angka α melebihi 0,05, dapat menandakan tidak adanya heteroskedastisitas sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan. Sebaliknya, heteroskedastisitas terjadi jika α kurang dari 0,05 (Ardila & Irawan, 2022).

Uji T

Uji T diperlukan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel independen yang digunakan penelitian ini memberikan dampak pada variabel dependen secara individu, kriteria apabila probabilitas signifikansi melebihi dari 0,05, hipotesis akan ditolak, sebaliknya jika nilai probabilitas signifikansi kurang dari 0,05, hipotesis diterima (Wibisono & Achsa, 2021).

Uji koefisien determinasi

Uji koefisien determinasi dijalankan untuk mengevaluasi dampak variabel independen mempengaruhi variabel dependen, Dibatasi diantara 0 dan 1, dengan nilai yang lebih besar memberikan hubungan atau dampak lebih kuat antar variabel. Sebaliknya, ketika nilainya mendekati 0, dampaknya menjadi kurang signifikan (Ghozali, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keikutsertaan dalam penelitian ini memerlukan pengisian kuesioner, dengan syarat calon responden sudah sering menggunakan layanan JNE. Dari 163 orang yang mengikuti survei, 150 orang diantaranya memenuhi kriteria untuk dijadikan sampel penelitian. Dari informasi yang terkumpul, dapat diketahui bahwa mayoritas pelanggan yang mengisi kuesioner adalah wanita dengan kelompok usia dominan antara 20 hingga 30 tahun, dimana profesi yang paling umum adalah mahasiswa. Selain itu, tingkat pendidikan rata-rata pelanggan menempuh pendidikan tingkat sarjana (S1), dan sebagian besar konsumen mempunyai pendapatan di bawah 1.000.000. Untuk pemahaman yang lebih komprehensif mengenai atribut partisipan yang dimasukkan kedalam penelitian, dapat dirujuk pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3 Profil Responden

| Karakteristik | Jenis | Frekuensi (n=150) | Presentasi (%) |
|----------------------|----------------------|-------------------|----------------|
| Gender | Pria | 57 | 38% |
| | Wanita | 93 | 62% |
| Usia | <20 | 29 | 19,3% |
| | 20 – 30 | 114 | 76% |
| | 31 – 40 | 6 | 4% |
| | >40 | 1 | 0,7% |
| Profesi | Mahasiswa | 91 | 60,7% |
| | Karyawan | 33 | 22% |
| | Pegawai Negeri | 4 | 2,7% |
| | Wirasaha | 10 | 6,7% |
| | Lainnya | 12 | 8% |
| Pendidikan | SD | 1 | 7% |
| | SMP | 5 | 3,3% |
| | SMA | 66 | 44% |
| | S1 | 77 | 51,3% |
| | Magister | 1 | 7% |
| Penghasilan Perbulan | Ph.D | 0 | 0% |
| | < 1.000.000 | 69 | 46% |
| | 1.000.000 – | 41 | 27,3% |
| | 2.000.000 > 2.000.00 | 40 | 26,7% |

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut data dari Tabel 4, dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas untuk Measure of Sampling Adequacy (KMO) dan uji reliabilitas Cronbach's Alpha untuk variabel *Tangibility* adalah 0,73 dan 0,83, yang keduanya melebihi nilai ambang batas 0,5 dan 0,6 secara berurutan. Demikian pula, uji validitas KMO serta uji reliabilitas Cronbach's Alpha untuk variabel *Timeliness* masing-masing adalah 0,84 dan 0,91, dan buat variabel Kepuasan Pelanggan adalah 0,75 dan 0,93. Semua nilai ini melebihi ambang batas 0,5 dan 0,6. Maka, bisa disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut dapat dianggap valid dan reliabel. dapat dirujuk pada Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4 Hasil Uji validitas dan reabilitas

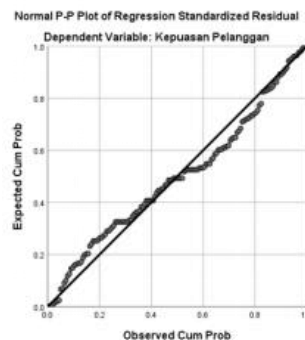
| Variabel | Kode | KMO | Cronbach's Alpha | Nilai Matriks | Kesimpulan |
|--------------------|------|------|------------------|---------------|--------------------|
| Tangibility | TN1 | 0,73 | 0,83 | 0,75 | Valid dan Reliabel |
| | TN2 | | | 0,76 | |
| | TN3 | | | 0,80 | |
| | TN4 | | | 0,78 | |
| | TN5 | | | 0,78 | |
| Timeliness | TM1 | 0,84 | 0,91 | 0,89 | Valid dan Reliabel |
| | TM2 | | | 0,90 | |
| | TM3 | | | 0,88 | |
| | TM4 | | | 0,86 | |
| Kepuasan Pelanggan | KP1 | 0,75 | 0,93 | 0,92 | Valid dan Reliabel |
| | KP2 | | | 0,95 | |
| | KP3 | | | 0,95 | |

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Gambar 2 menunjukkan bahwa uji normalitas residual yang dilakukan dengan memanfaatkan grafik Normal P-P Plot menunjukkan bahwa titik plot variabel *tangibility* dan *timeliness* pada Kepuasan Pelanggan berada pada jarak yang dekat dengan garis diagonal. Hasil ini menandakan bahwa residu memenuhi distribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi. Hasil uji normalitas ditunjukkan di bawah ini dengan memanfaatkan aplikasi SPSS versi 26:

Gambar 2 Hasil Uji Normalitas



Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas

| Coefficients ^a | | | |
|---------------------------|-------------|-------------------------|-------|
| Model | | Collinearity Statistics | |
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | Tangibility | .462 | 2.165 |
| | Timeliness | .462 | 2.165 |

Dari informasi tabel 5 menampilkan hasil uji multikolinearitas yang membuktikan bahwa variabel *tangibility* memiliki nilai toleransi sebesar 0,462 melebihi 0,10. Selain itu, nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel ini sebesar 2,165 yang kurang dari 10. Oleh karena itu, variabel *tangibility* tidak menunjukkan adanya masalah multikolinieritas. Begitu pula dengan variabel *timeliness* mempunyai nilai toleransi sebesar 0,462 yang juga lebih besar dari 0,10. Selain itu, VIF sebesar 2,165, dengan nilai yang lebih kecil dari 10. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel *timeliness* juga tidak menunjukkan masalah multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Model | | coefficients ^a | | t | Sig. |
|-------|-------------|---------------------------|-------------------------|-------|------|
| | | Unstandardized B | Coefficients Std. Error | | |
| 1 | (Constant) | 2.148 | .491 | 4.373 | .000 |
| | Tangibility | .002 | .030 | .007 | .955 |
| | Timeliness | -.058 | .036 | -.191 | .110 |

Tingkat signifikansi 0,05 digunakan untuk mengevaluasi terjadinya heteroskedastisitas. Tidak adanya heteroskedastisitas dalam penelitian ini, kesimpulan dapat ditarik dari hasil

pengujian hasil uji Glejser yang menunjukkan hubungan antara variabel independen dan residunya pada tingkat signifikansi melebihi 0,05 (Ardila & Irawan, 2022). Nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel *Tangibility* sebesar 0,955 dan untuk variabel *Timeliness* sebesar 0,110, sesuai dengan hasil uji heteroskedastisitas yang ditunjukkan pada tabel 6. Hasil analisis data menyimpulkan tidak mengalami heteroskedastisitas pada model persamaan regresi. Fakta bahwa nilai Sig setiap variabel lebih dari tingkat signifikansi 0,05 mengarah pada kesimpulan tersebut.

Uji Hipotesis Uji T

Tabel 7 Hasil Uji T

| Model | Coefficients ^a | | | t | Sig. |
|-------|---------------------------|-------------------------|--------------------------------|-------|-------|
| | Unstandardized B | Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.098 | .721 | 2.909 | .004 |
| | Tangibility | .158 | .044 | .248 | 3.557 |
| | Timeliness | .466 | .053 | .617 | 8.815 |

1. Pengaruh *tangibility* terhadap kepuasan pelanggan Berdasarkan data dalam Tabel 7, variabel *tangibility* menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,01, yang artinya nilai tersebut lebih rendah dari 0,05. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa *tangibility* memiliki dampak positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JNE kota Samarinda.
2. Dampak *timeliness* terhadap kepuasan pelanggan Berdasarkan informasi pada Tabel 7, variabel *timeliness* menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,00, yang mengindikasikan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa ketepatan waktu memiliki dampak positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di JNE kota Samarinda.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model | Model Summary | | | |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .817 ^a | .667 | .663 | 1.585 |

Dari pengujian Koefisien Determinasi pada tabel 8 di atas, untuk regresi linear berganda menggunakan Adjusted R Square, Koefisien determinasi (adjusted R²) sebesar 0,663 seperti terlihat pada Tabel 8 dihitung dengan menggunakan program SPSS 26. Penelitian ini menemukan bahwa 66,3% variasi kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel *tangibility* dan *timeliness*. sementara 33,7% pengaruh sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelajahi dalam penelitian ini

Pembahasan

Pengaruh *Tangibility* terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan perhitungan analisis regresi, diperoleh hasil bahwa *Tangibility* memiliki pengaruh positif signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Kota Samarinda. Dalam penelitian sebelumnya (Lusiana et al., 2020) memperoleh hasil bahwa *Tangibility* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Temuan ini dapat dilihat melalui sejumlah indikator yang mencerminkan *tangibility* terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal teknologi, penggunaan teknologi terkini oleh JNE untuk memberikan layanan pengiriman yang efisien dan dapat diandalkan juga konsumen yang merasa bahwa layanan JNE beradaptasi dengan teknologi terkini konsumen akan lebih percaya dengan barang yang mereka titipkan pada saat proses pengiriman. Selain itu, indikator *tangibility* seperti ketertarikan terhadap brosur atau poster yang tersedia di dalam counter JNE, serta membaca informasi yang diberikan, menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya melihat layanan sebagai sekadar transaksi, tetapi juga sebagai suatu pengalaman yang memberikan nilai tambah dan pemahaman yang lebih mendalam tentang layanan yang mereka pilih. Fasilitas counter yang nyaman, bersih, dan rapi memberikan

kenyamanan tambahan kepada konsumen selama proses pengiriman. Penampilan bersih dan rapi dari petugas JNE memberikan kesan profesional dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap layanan yang diberikan. Semua ini bersama-sama menciptakan kesan positif dan memperkuat kepuasan pelanggan terhadap layanan JNE secara keseluruhan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan JNE dalam menyediakan *tangibility* yang jelas dan memuaskan dapat menjadi faktor krusial dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh *Timeliness* terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan perhitungan analisis regresi, diperoleh hasil bahwa *Timeliness* memiliki pengaruh positif signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE di Kota Samarinda. Dalam penelitian sebelumnya (Wulandari & Sevtiani, 2022) memperoleh hasil bahwa *Timeliness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.. Temuan ini dapat dilihat melalui sejumlah indikator yang mencerminkan *timeliness* terhadap kepuasan pelanggan. Waktu kedatangan paket sesuai dengan estimasi yang dijanjikan JNE dapat dikatakan baik apabila waktu kedatangan barang selalu konsisten dengan yang dijanjikan. Para pengguna layanan JNE menyampaikan bahwa waktu yang dibutuhkan untuk memproses pengiriman, dari counter hingga proses pengiriman, tergolong singkat. Kecepatan ini tidak hanya mempercepat keseluruhan proses pengiriman, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan kenyamanan bagi pelanggan. Ketika menggunakan fasilitas pick up paket, kurir yang mengambil paket selalu datang tepat waktu, yang berarti kurir yang mengambil menjaga profesionalisme dalam berkerja. Ketika menggunakan jasa Express, JNE memberikan Update Tracking yang sesuai dan tepat waktu, menunjukkan bahwa JNE berkomitmen untuk memberikan informasi yang jelas dan akurat selama proses pengiriman. JNE terbukti mampu memenuhi ekspektasi, terutama dalam hal keandalan pengiriman. Paket-paket yang dikirim selalu tiba tepat waktu, sesuai dengan estimasi yang diberikan, menciptakan rasa aman terhadap pengiriman, konsumen yang memiliki ekspektasi lebih terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak JNE mau untuk merekomendasikan kepada teman, keluarga ataupun orang lain.

SIMPULAN

Untuk mendukung penelitian menggunakan data sekunder dan data primer. Pengumpulan data primer dilakukan melalui distribusi kuesioner kepada pelanggan JNE. data analisis regresi mengindikasikan bahwa variabel *tangibility* memiliki dampak positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan di JNE. Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel *tangibility* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di JNE. Penggunaan teknologi terkini, promosi melalui brosur, penampilan petugas yang profesional, dan kenyamanan fasilitas counter JNE menjadi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap pengalaman positif pelanggan. Selain itu, variabel *timeliness* juga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Ketepatan waktu dalam pengiriman, efisiensi proses pengiriman, keakuratan waktu pengambilan paket oleh kurir, dan pemberian update tracking yang tepat waktu menjadi aspek-aspek yang memberikan nilai tambah dan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan JNE. Selain itu, untuk penelitian berikutnya, disarankan agar memeriksa faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi kepuasan pelanggan di JNE hal-hal yang tidak disinggung dalam penelitian ini langkah ini diambil buat mendapatkan pemahaman yang lebih lengkap dan komprehensif mengenai kepuasan pelanggan terkait dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan JNE.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreadi, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Di Toko Pakaian Brainwash Graphic. 4(2), 126–138. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jtinUNTAN/article/view/42618>.
- Lou, D. C. (2021). The Effect of Price, Promotion, and Packaging towards Purchase Intention of Stacks Food in Surabaya. *Review of Management and Entrepreneurship*, 5(2), 75–92. <https://doi.org/10.37715/rme.v5i2.1619>
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101–115. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3024>
- Mrarani, N. A., & Lastianti, S. D. (2022). Hubungan Kelompok Acuan, Perceived Value, Perceived Quality dan Media Sosial Terhadap Niat Pembelian serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Sepeda Pushbike (Studi pada Komunitas Pushbike Surabaya). *Jurnal Media Mahardhika*, 20(2), 252–263. <https://ojs.stiemahardhika.ac.id/index.php/mahardhika/article/view/393>
- Muslihati, R. P., & Trifiyanto, K. (2021). Pengaruh Health Awarness , Green Product dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli (Studi pada Jamu Herbal Tradisional di Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 78–86. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i1.765>
- Nasir, A. (2020). Studi kelayakan bisnis Bisnis Era Revolusi. CV.Adanu Abimata.
- Nugroho, A. R., & Irena, A. (2017). The Impact of Marketing Mix , Consumer ' s Characteristics , and Psychological Factors to Consumer ' s Purchase Intention on Brand " W " in Surabaya. 5(1), 55–69. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ibm/article/view/5874>
- Raharjo, S. (2021). Cara Uji Normal Probability Plot dalam Model Regresi dengan SPSS. Spss Indonesia. <https://www.spssindonesia.com/2017/03/normal-probability-plot.html>
- Roony, C., Priambodo, D. D., Candraditya, H., Reinastya, K., & Hestiyan, M. (2019). Analisa Pengaruh Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Minat Beli (Case Study Integrated home protection). *Indonesian Business Review*, 2(1), 125–138. <https://doi.org/10.21632/ibr.2.1.125-138>
- Sari, D. A. K., Andriani, D. N., & Berlianantiya, M. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Usaha Minuman Chako Di Madiun. 2(1), 142–152. <https://doi.org/10.47233/jemb.v2i1.1061>
- Sari, D. K. (2021). Analisis Pengaruh Quality Function Deployment, Elastisitas Harga, dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha. *UBHARA Management Journal*, 1, 351–359. <http://journal.febubhara-sby.org/umj>
- Shwastika, R., & Keni, K. (2021). The Effect of Brand Awareness, Social Media Marketing, Perceived Quality, Hedonic Motivation, and Sales Promotion Towards Consumers Intention to Purchase in Fashion Industry. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570(Icebsh), 23–31. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.004>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Susanti, I., & Handayati, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Batik Jetis Di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 842. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2748>
- Tanjung, I. (2021). Analysis of the Effect of Marketing Mix 7P on Purchase Decisions at Sentra Snack Stores. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 125–133. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v1i2.2421>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik*. In Andy (Ed.), *Pemasaran Strategik Domain, Determinan, Dinamika* (1st ed.).
- Verdian, E. (2019). Analisis Faktor Yang Merupakan Intensi Perpindahan Merek Transportasi Online Di Surabaya. *AGORA*, 7(1).
- Widyarsih, A. R., Cahaya, Y. F., & Chairul, A. G. (2023). The Influence Of Brand Image, Viral Marketing, And Product Quality On Purchase Intention. *Adpebi International Journal of Multidisciplinary Sciences*, 2(1), 102–109. <https://doi.org/10.54099/aijms.v2i1.460>

NP BangkitPengaruh
Tangibility Dan Timeliness
Terhadap Kepuasan Pelanggan
JNE Di Kota Samarinda
by Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

Submission date: 06-Feb-2024 11:49AM (UTC+0800)

Submission ID: 2196923993

File name: tanpa_dapus_naspub_Bangkit.docx (1.21M)

Word count: 2454

Character count: 16670

NP Bangkit Pengaruh Tangibility Dan Timeliness Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Di Kota Samarinda

ORIGINALITY REPORT

| | | | |
|--------------------------------|--------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| 28% SIMILARITY INDEX | 24% INTERNET SOURCES | 15% PUBLICATIONS | 7% STUDENT PAPERS |
|--------------------------------|--------------------------------|----------------------------|-----------------------------|

PRIMARY SOURCES

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Submitted to unigal Student Paper | 3% |
| 2 | dspace.umkt.ac.id Internet Source | 2% |
| 3 | jurnalmahasiswa.uma.ac.id Internet Source | 2% |
| 4 | jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source | 1% |
| 5 | www.researchgate.net Internet Source | 1% |
| 6 | www.journal.stie-66.ac.id Internet Source | 1% |
| 7 | www.ejournal.pmci.ac.id Internet Source | 1% |
| 8 | 123dok.com Internet Source | 1% |
| 9 | jimfeb.ub.ac.id Internet Source | 1% |

BUKTI PENGIRIMAN (SUBMIT) ARTIKEL LUARAN PENELITIAN

| | | |
|------------------|---|---|
| Nama | : | Evan Julio Bangkit Gunawan |
| Nim | : | 1911102431330 |
| Nama Jurnal | : | Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI) |
| Indeksasi | : | Sinta 5 |
| URL Laman Jurnal | : | https://www.jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jimbi |

1. Screenshot Submit Artikel

Judul: Pengaruh Tangibility Dan Timeliness Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Kota Samarinda

The image displays two screenshots of a journal submission website. The first screenshot, titled "Step 1. Starting the Submission", shows a user interface with a submission checklist and a copyright notice. The checklist includes items such as "The submission has not been previously published", "The submission file is in OpenOffice, Microsoft Word, RTF, or WordPerfect document file format", and "The text is single-spaced; uses a 12-point font; employs italics, rather than underlining (except with URL addresses); and all illustrations, figures, and tables are placed within the text at the appropriate points, rather than at the end." The copyright notice states that the work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License. The second screenshot, titled "Step 2. Uploading the Submission", shows the user interface for uploading a manuscript. It includes a "Submission File" section with a "Choose File" button and a file name "Pengaruh Tan...marinda.docx". The page also features a navigation menu on the right side with options like "Focus & Scope", "Author Guidelines", "Publication Ethics", "Editorial Team", "Reviewers", "Contact Us", "Visitor Stats", and "Copyright Notice".

Step 3. Entering the Submission

Copyright Notice

Add Author

Title and Abstract

Title *

Abstract *

Pengaruh Tanggibility Dan Timeliness Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Di Kota Samarinda

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak tangibility dan timeliness terhadap kepuasan pelanggan JNE di Kota Samarinda. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dengan memanfaatkan data primer dan sekunder. Populasi yang dididikasi adalah seluruh pelanggan JNE di Kota Samarinda, dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Kuesioner berbentuk Google Form digunakan sebagai alat pengumpulan data. Dalam proses penelitian, dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan instrumen penelitian yang digunakan dapat diandalkan dan sah. Selanjutnya, dilakukan uji parsial (uji t) dan uji koefisien determinasi (R²) untuk menganalisis pengaruh tangibility dan timeliness terhadap kepuasan pelanggan. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari tangibility dan timeliness terhadap kepuasan pelanggan JNE di Kota Samarinda.

Indexing

Provide terms for indexing the submission; separate terms with a semi-colon (term1; term2; term3).

Keywords:

Language:

English=en; French=fr; Spanish=es. Additional codes.

Contributors and Supporting Agencies

Identify agencies (a person, an organization, or a service) that made contributions to the content or provided funding or support for the work presented in this submission. Separate them with a semi-colon (e.g. John Doe, Metro University; Master University, Department of Finance and Economics).

Active Submissions

Jurnal Hmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)

ISSN:

HOME ABOUT USER HOME SEARCH CURRENT ARCHIVES

Home > User > Author > Active Submissions

Active Submissions

ACTIVE ARCHIVE

| ID | MM-IDD SUBMIT | SEC | AUTHORS | TITLE | STATUS |
|------|------------------|-----|---------|---|---------------------|
| 3621 | 01-25 | ART | Gunawan | PENGARUH TANGGIBILITY DAN TIMELINESS TERHADAP KEPUASAN... | Awaiting assignment |

1 - 1 of 1 Items

Start a New Submission
CLICK HERE to go to step one of the five-step submission process.

Refbacks

ALL NEW PUBLISHED IGNORED

| DATE ADDED | HITS | URL | ARTICLE | TITLE | STATUS | ACTION |
|----------------------------------|------|-----|---------|-------|--------|--------|
| There are currently no refbacks. | | | | | | |

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen
Universitas Medan Area

USER
You are logged in as...
bangkit12
» My Journals
» My Profile
» Log Out

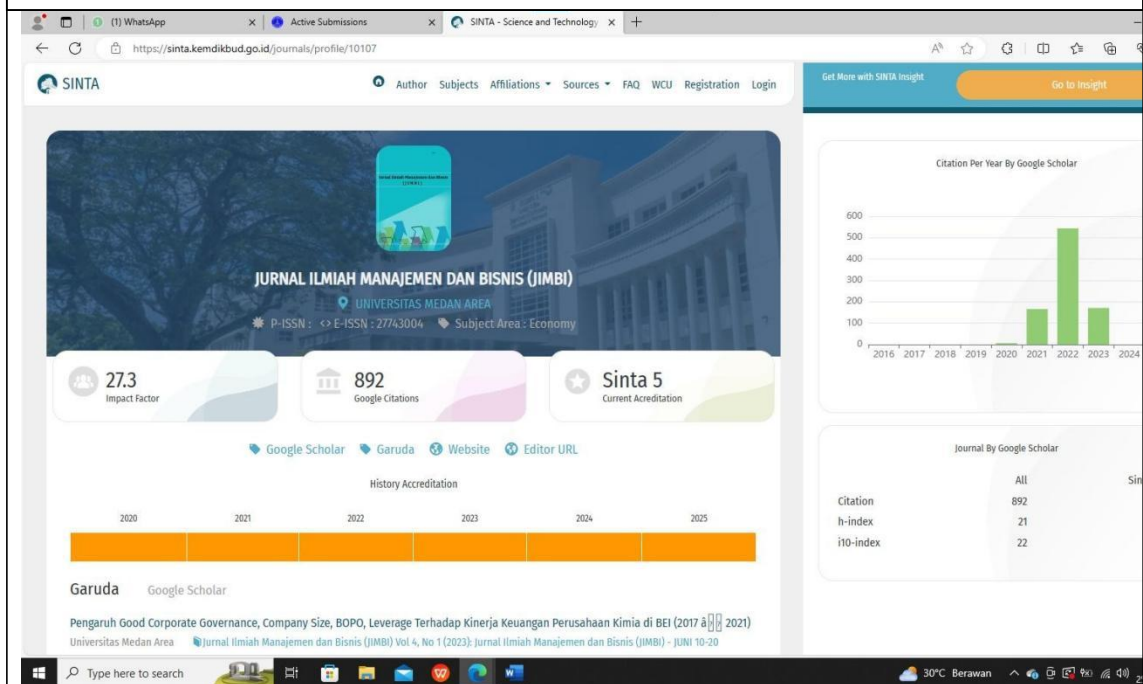
Journal Template

MENU

- Focus & Scope
- Author Guidelines
- Publication Ethics
- Editorial Team
- Reviewers
- Contact Us
- Visitor Stats
- Copyright Notice

2. Screenshot Bukti Indeksasi Sinta

Alamat URL Sinta: <https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/profile/10107>



3. Bukti Submit pada inbox/spam Email Saya

