

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Ninja Xpress Bali

Ida Bagus Alit Putra Pidada^{1}, I Nyoman Suka Sanjaya², Ni Ketut Lasmini³*

¹D4 Manajemen Bisnis Internasional, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali

²D4 Manajemen Bisnis Internasional, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali

³D3 Administrasi Bisnis, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali

*Corresponding Author: gusalit112@gmail.com

ABSTRAK. Meningkatnya minat berbelanja secara online berdampak juga meningkatnya penggunaan jasa pengiriman. Jasa pengiriman mempunyai peran penting bagi e-commerce menjadi tulang punggung dalam menopang keberhasilan dan perkembangan pasar karena pelanggan ingin mendapatkan produk mereka secara cepat dan kualitas pelayanan yang memadai, jika semua itu terpenuhi maka pelanggan akan merasakan kepuasan dalam menggunakan jasa pengiriman tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel penelitian dan teknik pengumpulan sampel menggunakan metode non probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi berganda, uji hipotesis melalui uji-t dan uji-F, uji koefisien determinasi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh parsial dimana t-hitung (5,102) > t-tabel (1,984) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan ketepatan pengiriman berpengaruh secara parsial dimana t-hitung (4,880) > t-tabel (1,984) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 63,4% dan sisanya 36,6 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Ketepatan Pengiriman dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT. The increased interest in shopping online also has an impact on the use of shipping services. Shipping services have an important role for e-commerce to be the backbone in sustaining market success and development because customers want to get their products quickly and proper quality of services, if all of that is fulfilled then the customer will feel satisfaction in using the delivery service. This study aims to determine the effect of services quality and on time delivery towards customer satisfaction. This study used 100 respondents as research samples and sample collection techniques using non-probability sampling methods with a purposive sampling approach. This research uses a quantitative method with an associative approach. Data analysis methods used are validity and reliability test, classic assumption test, multiple regression analysis test, hypothesis testing through t-test and F-test, coefficient of determination test. Testing is done using SPSS 23. The results showed that the services quality has a partial effect where t-count (5,102) > t-table (1,984) with a significance level of $0,000 < 0,05$ and timeliness of delivery have a partial effect where t-count (4,880) > t-table (1,984) with a significance level of $0,000 < 0,05$. Simultaneously the services quality and on time delivery have a positive and significant effect towards customer satisfaction of 63,4% and the remaining 36,6 % is influenced by other factors not explained in this study.

Keywords: Services Quality, Timeliness of Delivery and Customer Satisfaction.

Informasi Artikel: Pengajuan Repository pada September 2022/ *Submission to Repository on September 2022*

PENDAHULUAN

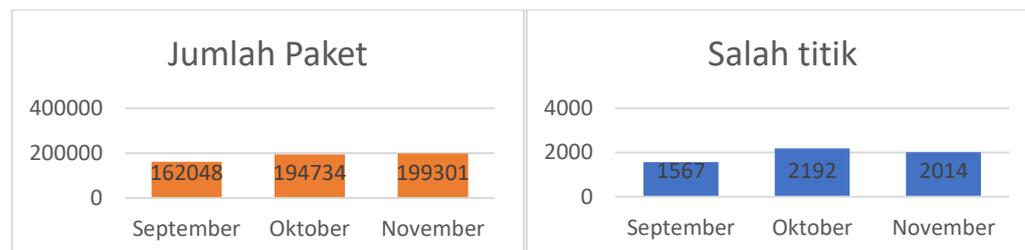
Pada Era Revolusi Industri 4.0 terdapat perubahan besar dalam dunia bisnis dan pola belanja masyarakat yaitu melalui digital. Para pebisnis juga semakin banyak beralih ke digital (online) dan masyarakat lebih menyukai berbelanja digital (online) karna lebih praktis, hemat waktu dan konsumen bebas memilih produk dari berbagai daerah dengan menggunakan aplikasi e-commerce atau sosial media yang ada di smartphone. Sehingga terjadinya peningkatan konsumsi suatu barang dan berdampak pada peningkatan kebutuhan jasa pengiriman.

Ninja Xpress merupakan jasa pengiriman dari Ninja Van yang diluncurkan pada tahun 2014 di Singapura oleh tiga orang yaitu Chang Wen sebagai CEO dan Co-Founder, Shaun Chong sebagai Chief Technology Officer, dan Tan Boxian sebagai Chief Operating Officer dan masuk ke Indonesia pada tahun 2015. Ninja Van sendiri merupakan perusahaan pengiriman ekspres berbasis teknologi yang menyediakan layanan pengiriman berbasis teknologi di Asia Tenggara. Layanan Ninja Xpress dapat dinikmati di semua wilayah di Indonesia seperti Pulau Sumatera, Pulau Jawa, Pulau Kalimantan, Pulau Lombok, Pulau Bali, Pulau Sulawesi, NTB, NTT, Indonesia Timur, dll. Ninja Xpress telah bekerjasama dengan beberapa e-commerce antara lain Lazada, Bukalapak, Tokopedia, Shopee, dan Zalora. (www.ninjaxpress.co)

Dikutip dari laman www.wartaekonomi.co.id Ninja Xpress mencatat adanya jumlah pengiriman paket lebih dari 110 juta paket serta pertumbuhan kinerja yang signifikan pada semester 1 tahun 2021. Dibandingkan dengan semester 1 2020, Ninja Xpress mengalami peningkatan pengiriman pada semester 1 tahun 2021 sebanyak lebih dari 80%.

Dibalik peningkatan paket yang terjadi di awal tahun Ninja Xpress juga mempunyai masalah di paket-paket salah titik yang biasa disebut salah kirim. Paket-paket tersebut yang harusnya terkirim tepat waktu menjadi terlambat terkirim dikarenakan salah titik, berikut adalah tabel jumlah paket dan jumlah paket salah titik Sort Hub Denpasar dari bulan September sampai November 2021.

Gambar 1.1 Paket salah titik Sort Hub Denpasar September -November 2021



Sumber: Address Verification Sort Hub Denpasar 2021

Dari total 556.083 paket terdapat 5.773 paket salah titik yang menyebabkan keterlambatan pengiriman dan berdampak pada menurunnya tingkat kepuasan pelanggan yang dimana Ninja Xpress dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan guna mencapai kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Pelayanan yang berkualitas dan ketepatan pengiriman berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan, dan ketepatan dalam pengiriman diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lanjutan dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Ninja Xpress Bali”.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Ninja Xpress Bali dan apakah kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Ninja Xpress Bali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Ninja Xpress Bali baik secara simultan maupun parsial.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011), konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Kualitas desain merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa, kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya. Maka dari itu yang dimaksud kualitas adalah apabila beberapa faktor dapat memenuhi harapan konsumen seperti pernyataan tentang kualitas oleh Goetsh dan Davis dalam Tjiptono dan Chandra (2011), “Kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan”. Menurut beberapa definisi di atas dalam kata lain, kualitas adalah sebuah bentuk pengukuran terhadap suatu nilai layanan yang telah diterima oleh konsumen dan kondisi yang dinamis suatu produk atau jasa dalam memenuhi harapan konsumen. Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa layanan atau jasa adalah sebuah aktifitas atau tindakan interaksi antara pihak pemberi dan pihak penerima layanan atau jasa yang ditawarkan oleh pihak pemberi secara tidak berwujud sehingga tidak dapat dirasakan oleh fisik.

Ketepatan Pengiriman adalah ketepatan waktu pengiriman dan jaminan barang pesanan konsumen selamat hingga sampai tujuan menjadi ujung tombak perusahaan agar tetap dapat memperoleh kepercayaan dan kesetiaan konsumen (Handoko, 2010). Ketepatan pengiriman merupakan hal yang sangat krusial mengingat ketepatan pengiriman produk yang telah dipesan akan menjadi salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Waktu pengiriman merupakan jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak. Ketepatan pengiriman merupakan evaluasi bagi pelanggan untuk menilai kinerja Ninja Xpress sesuai dengan yang dijanjikan perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya disiplin waktu yang diberikan Ninja Xpress sesuai dengan janji yang diberikan merupakan cara perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga pada kemudian hari pelanggan tersebut mau menggunakan Ninja Xpress kembali.

Menurut Kotler dan Keller (2012) definisi kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Dapat disimpulkan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dipersepsikan dengan hasil (*outcome*) yang diharapkan. Jika hasil berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika hasil

memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika hasil melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Konteks teori consumer behaviour, kepuasan didefinisikan dari pengalaman konsumen setelah merasakan dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa yang telah disediakan oleh pemasar atau perusahaan, Kotler dan Keller (2012). Harapan perusahaan dari mempertahankan konsumen yaitu untuk menstabilkan dan meningkatkan penjualan pada saat penjualan mengalami penurunan.

METODE PENELITIAN

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Syofian (2013) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan pendekatan kuantitatif menurut Ahmad Tanzeh (2009) merupakan pendekatan yang menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan dan pengaruh serta perbandingan antara variabel, memberikan deskripsi statistik, manaksir, dan meramalkan hasilnya. Penelitian ini akan dilakukan di Ninja Xpress Bali (Sort Hub Denpasar) yang berada di Jl. Gunung Galunggung No. 108, Ubung Kaja, Denpasar Utara. Waktu penelitian dimulai dari Desember 2021 – Juli 2022.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan Ninja Xpress Bali. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Purposive sampling yaitu teknik penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu (Syofian, 2013). Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu, sudah berusia 17 tahun keatas, sudah menggunakan jasa Ninja Xpress minimal dua kali, dan berdomisili di Bali. Menurut Rao Purba dalam Sujarweni (2015) jika sampel tidak dapat diketahui dengan pasti maka dapat menggunakan rumus Rao Purba:

$$n = \frac{1.96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Maka dapat diketahui bahwa yang menjadi sampel pada penelitian ini sebanyak 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

Tabel 1. 1 Definisi operasional variabel.

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Kualitas pengiriman (X1)	Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.	1. Ketanggapan (X1.1) 2. Keandalan (X1.2) 3. Empati (X1.3)	Likert
2	Ketepatan pengiriman (X2)	Ketepatan Pengiriman adalah ketepatan waktu pengiriman, ketepatan tujuan pengiriman, dan jaminan barang pesanan konsumen selamat hingga sampai tujuan.	1. Waktu (X2.1) 2. Akurasi (X2.2) 3. Pelayanan (X2.3)	Likert
3	Kepuasan pelanggan (Y1)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang timbul dari membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut.	1. Kepuasan jasa secara menyeluruh (Y1.1) 2. Akan melakukan penggunaan jasa kembali (Y1.2)	Likert

3. Merekomendasikan kepada orang lain (Y1.3)

Sumber: Data diolah (2022)

Dalam penelitian ini alat yang digunakan dalam pengumpulan data berupa kuesioner daftar pertanyaan terhadap faktor – faktor yang diberikan skor atau nilai terhadap responden dengan menggunakan skala *likert* 5 poin.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu uji instrument berupa uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas, dan yang terakhir menggunakan analisis linier berganda yaitu uji t, uji f, dan koefisien determinasi atau R^2 .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner pada pelanggan Ninja Xpress yang berdomisili di Bali. Total item pernyataan yang disebarkan yaitu 19 item pertanyaan diantaranya, 7 item untuk variabel kualitas pelayanan, 6 item untuk variabel ketepatan pengiriman, dan 6 item untuk variabel kepuasan pelanggan. Penilaian responden untuk tiap pernyataan dengan cara melihat rata-ratanya dengan kriteria sangat baik, baik, sedang, buruk, dan sangat buruk. Angka jawaban responden dimulai dari angka 1 hingga 5.

Tabel 1.2 Penilaian hasil responden

Variabel	N	Mean	Interpretasi
Kualitas Pelayanan	100	4.35	Sangat Baik
Ketepatan pengiriman	100	4.29	Sangat Baik
Kepuasan Pelanggan	100	4.33	Sangat Puas

Sumber: Data diolah (2022)

Dari tabel 1.2 penilaian hasil responden dengan 100 responden dalam penelitian ini, ditemukan jumlah rata-rata mean semua variabel adalah Sangat Baik dan Sangat Puas. Hal ini menunjukkan responden setuju bahwa Ninja Xpress memiliki kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman yang sangat baik dan kepuasan pelanggan yang memuaskan.

Tabel 1.3 Uji validitas

Variabel	Item-item Pertanyaan	r Hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1.1	0,746	0,1966	Valid
	X1.2	0,683	0,1966	Valid
	X1.3	0,716	0,1966	Valid
	X1.4	0,778	0,1966	Valid
	X1.5	0,652	0,1966	Valid
	X1.6	0,660	0,1966	Valid
	X1.7	0,669	0,1966	Valid
Ketepatan pengiriman	X2.1	0,747	0,1966	Valid
	X2.2	0,802	0,1966	Valid
	X2.3	0,740	0,1966	Valid
	X2.4	0,676	0,1966	Valid
	X2.5	0,636	0,1966	Valid
	X2.6	0,651	0,1966	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1.1	0,721	0,1966	Valid
	Y1.2	0,635	0,1966	Valid

Y1.3	0,765	0,1966	Valid
Y1.4	0,764	0,1966	Valid
Y1.5	0,810	0,1966	Valid
Y1.6	0,773	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah (2022)

Tabel 1.3 menunjukkan semua butir pernyataan variabel kualitas pelayanan, ketepatan pengiriman, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai rHitung lebih besar dari rTabel. Dengan demikian dapat disimpulkan semua butir pernyataan tersebut dinyatakan valid dan sudah layak untuk dijadikan pengukuran variabel penelitian.

Tabel 1.4 Uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.825	Reliabel
Ketepatan pengiriman	0.802	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.838	Reliabel

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 1.4 Nilai Cronbac's Alpha pada semua variabel > 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dapat dipercaya/reliabel.

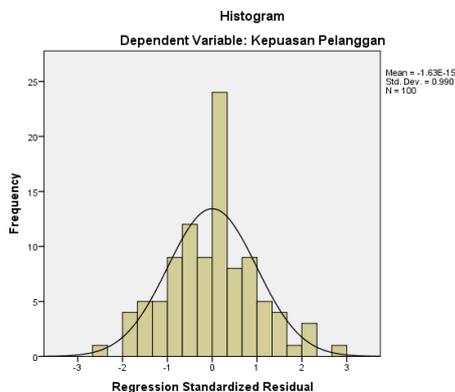
Tabel 1.5 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.Deviation	1.71569245
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.064
Test Statistic		
Asymp. Sig. (2-tailed)		.085
		.075 ^c

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan tabel 1.5 Bahwa nilai signifikan sebesar 0,075 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa data yang di uji terdistribusi secara normal.

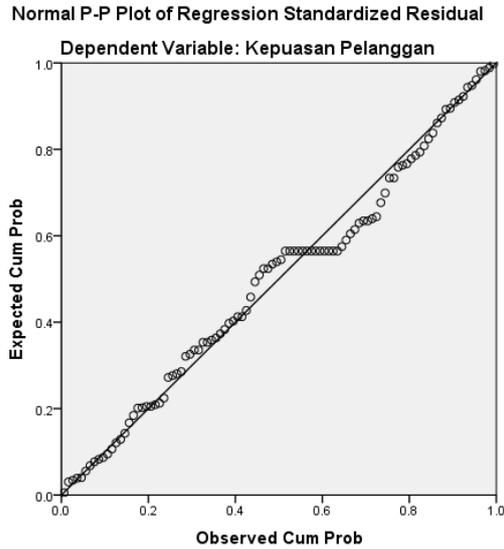
Gambar 1.2 Histogram Uji Normalitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Pada gambar 1.2, dapat dilihat bahwa grafik histogram berbentuk lonceng terbalik, tidak miring ke kiri dan ke kanan. Oleh karena itu data dikatakan berdistribusi normal.

Gambar 1.3 Grafik Normal P-Plot



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan gambar 1.3 Terlihat titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara norma

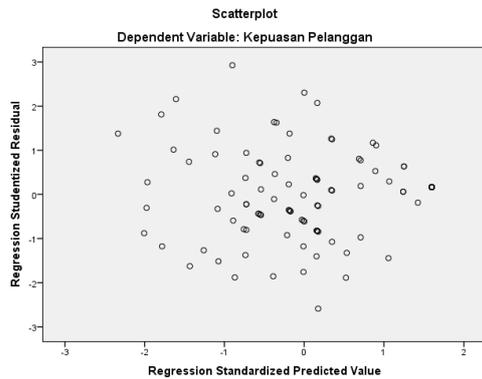
Tabel 1.6 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.045	1.759		1.731	.087		
Kualitas Pelayanan	.400	.078	.442	5.102	.000	.492	2.033
Ketepatan Pengiriman	.423	.087	.423	4.880	.000	.492	2.033

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan data hasil pengolahan pada tabel 1.6 diatas, dapat dilihat bahwa nilai tolerance value bebas adalah lebih besar dari nilai ketetapan yaitu 0,1 dan nilai VIF semua variabel independen adalah lebih kecil dari nilai ketetapan yaitu 5. Oleh karena itu, data dalam penelitian ini dikatakan tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Gambar 1.4 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan gambar scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik-titik yang ada menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas. Oleh karena itu model regresi dikatakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 1.7 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1Regression	521.334	2	260.667	86.765	.000 ^b
Residual	291.416	97	3.004		
Total	812.750	99			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan

b. *Predictors:* (*Constant*), Ketepatan Pengiriman, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Pada tabel 1.7 dapat dilihat nilai F-hitung adalah 86,765 dengan tingkat signifikan 0,000. Oleh karena itu, pada kedua perhitungannya yaitu F-hitung > F-tabel (86,765 > 3,09) dan tingkat signifikannya 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Ha diterima dan H0 ditolak, yang artinya kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ninja Xpress Bali.

Tabel 1.8 Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	3.045	1.759		1.731	.087
Kualitas Pelayanan			.442	5.102	.000
Ketepatan Pengiriman	.423	.087	.423	4.880	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Nilai t-hitung kualitas pelayanan adalah 5,102 dan nilai t-tabel adalah 1,984 sehingga $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($5,102 > 1,984$), maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan ($0,000 < 0,05$) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada Ninja Xpress Bali. Hal ini berarti pada kualitas pelayanan H_a diterima dan H_0 ditolak. Nilai t-hitung ketepatan pengiriman adalah 4,880 dan nilai t-tabel adalah 1,984 sehingga $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($4,880 > 1,984$), maka dapat disimpulkan bahwa ketepatan pengiriman berpengaruh positif dan signifikan ($0,000 < 0,05$) secara parsial terhadap kepuasan pelayanan pada Ninja Xpress Bali. Hal ini berarti pada ketepatan pengiriman H_a diterima dan H_0 ditolak. Dari tabel diatas kualitas pelayanan memiliki pengaruh sedikit lebih besar dibandingkan dengan ketepatan pengiriman dimana kualitas pelayanan memiliki Standardized Coefficients Beta sebesar 0,442 sedangkan ketepatan pengiriman sebesar 0,423 atau sedikit lebih besar 0,019. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Apriyana Dewi Cahyani (2018), kualitas pelayanan juga sedikit lebih besar dibandingkan dengan ketepatan waktu pengiriman yaitu sebesar 0,035. Dapat disimpulkan hal tersebut mungkin terjadi karena para pelanggan sedikit lebih cenderung menyukai pelayanan pelayanan yang memuaskan dibandingkan dengan pengiriman yang cepat sampai.

Tabel 1.9 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 ^a	.641	.634	1.73329

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

$R = 0,801$ menunjukkan hubungan antara kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 80,1 %. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman memiliki hubungan yang erat. Angka Adjusted R Square (R^2) sebesar 0,634 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman mampu menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 63,4% sedangkan sisanya 36,6% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari hasil yang telah di uji, menjelaskan hasil instrumen-instrumen data yang telah dijawab oleh responden untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada Ninja Xpress Bali valid dan reliabel. Hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ninja Xpress Bali secara parsial maupun simultan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menarik beberapa kesimpulan mengenai penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Ninja Xpress Bali” adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Ninja Xpress Bali. Dimana $t\text{-hitung}$ (5,102) $>$ $t\text{-tabel}$ (1,984) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 55,3%. Dimana para pelanggan Ninja Xpress Bali setuju kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan yang ditawarkan Ninja Xpress.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketepatan pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Ninja Xpress Bali. Dimana $t\text{-hitung}$ (4,880) $>$ $t\text{-tabel}$ (1,984) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Pengaruh ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan sebesar 54,5%. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa

secara umum responden setuju ketepatan pengiriman pada Ninja Xpress Bali memuaskan pelanggan dengan tepat waktu pengiriman tersebut sampai tempat tujuan dan paket/barang yang dikirim konsumen tersebut sering datang lebih awal dari tanggal yang seharusnya. Ninja Xpress menawarkan pelayanan cek resi dimana para konsumen dapat melacak keberadaan paket yang dikirim dengan cepat melalui website resmi Ninja Xpress.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Ninja Xpress Bali. Dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($86,765 > 3,09$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan perolehan nilai koefisien (Adjusted R square) sebesar 0,634. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman memiliki pengaruh sebesar 63,4% terhadap kepuasan pelanggan sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian pelanggan mengutamakan seberapa baik kualitas pelayanan dengan cepat sampai paket tersebut ke tujuan. Ninja Xpress menggunakan waktu transit yang sangat cepat tidak lebih dari 1 hari, paket yang tiba segera diproses tanpa harus menumpuk terlebih dahulu di gudang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada para dosen penguji, perusahaan, dan para pemberi data yg tercantum di artikel ini, karena telah ikut membantu menyempurnakan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Address Verification Paket (2021). Salah titik Sort Hub Denpasar dari bulan September - November 2021. Sort Hub Denpasar 2021
- Ahmad Tanzeh, Pengantar Metode Penelitian, (Yogyakarta: Teras, 2009)
- Apriyana Dewi Cahyani (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Garuda Tama Indonesia Jakarta (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia Jakarta 2018).
- Handoko, H. B. 2010. Cara Mudah Membangun Blog Toko Online. Jakarta: Salemba Empat.
- Husein Umar. 2013. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua. Jakarta: Rajawali Pers
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. Manajemen Pemasaran, Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga. 2016. Marketing Management. Edisi ke-15, Pearson Education, Inc,
- PT Andiaarta Muzizat, Ninja Xpress, www.ninjaxpress.co (27 Januari 2022)
- Redaksi WE Online dan Puri Mei Setyaningrum, "Kirim 110 Juta Lebih Paket, Ninja Xpress Catatkan Peningkatan 80% Pengiriman pada Semester 1 2021", https://m.wartaekonomi.co.id/read356260/kirim-110-juta-lebih-paket-ninja-xpress-catatkan-peningkatan-80-pengiriman-pada-semester-1-2021?utm_source=direct (20 Agustus 2021)
- Siregar, S. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. SPSS Untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Tjiptono & Chandra, G. (2011). Service, Quality, & Satisfaction. Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta.