



**PENGARUH KETEPATAN WAKTU, KUALITAS PELAYANAN,
KEAMANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN J&T
EXPRESS LOWOKWARU KOTA MALANG
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

WINARDIANTO HADI SUSILAH

21901081092



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh ketepatan waktu, kualitas pelayanan, keamanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Lowokwaru Kota Malang studi kasus pada mahasiswa Universitas Islam Malang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mana menggunakan rumus maholtra agar bisa menentukan sampel karena populasi masih belum diketahui secara pasti, melihat dari hasil hitung rumus maholtra mendapatkan hasil jumlah sampel sebanyak 90. Untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS dalam menganalisis berbagai macam uji yang dilakukan seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, uji regresi linier berganda dan uji koefisien determinasi adjusted R^2 . Hasil dari penelitian ini ialah ketepatan waktu, kualitas pelayanan, keamanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan serta kualitas pelayanan dan harga signifikan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan ketepatan waktu dan keamanan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Ketepatan Waktu, Kualitas Pelayanan, Keamanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to test and explain the effect of timeliness, service quality, safety and price on customer satisfaction of J&T Express Lowokwaru Malang City case study on students of the University of Islam. This study uses a quantitative approach which uses the Maholtra formula in order to determine the population is still not known with certainty, looking at the results of calculating the Maholtra formula get the results of the number of samples of ninety. To complete the problems in this study use SPSS assistance in analyzing various kinds of tests were performed such as validity test, reliability test, normality test, classical assumption test, hypothesis test, multiple linear regression test and test coefficient of determination adjusted R^2 . The results of this study are timeliness, quality of service, security and price affect simultaneously on customer satisfaction and service quality and price are significant for customer satisfaction while timeliness and security are not significant to customer satisfaction.

Keywords : *Timeliness, Service Quality, Security, Price, Customer Satisfaction.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Ketatnya dunia bisnis pada era saat ini membuat pelaku bisnis memutar otak dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, dimana perkembangan teknologi juga mulai melaju semakin cepat yang menyebabkan pula perubahan dan perkembangan dalam bidang ekonomi, berbagai macam kemajuan teknologi yang berkembang berdampak pada pola hidup masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yang selalu ingin instan atau praktis. Salah satu contohnya yaitu bisa dilihat pada perpindahan pola berbelanja masyarakat dari mendatangi langsung ke tempat jualan menjadi belanja secara online yang memanfaatkan *e-commerce*. Maka dari itu konsumen juga sudah mulai menuntut segala hal yang awalnya konvensional menjadi instan dapat di tinjau dari pertumbuhan angka pengguna internet dari tahun ke tahun semakin naik pada tahun 2022 bulan januari sesuai data terdapat 204, 7 juta atau setara dengan 73,7 persen dari total populasi masyarakat di Indonesia.

Meningkatnya perkembangan tersebut diakibatkan oleh perubahan perilaku masyarakat dari berbelanja langsung ke tempat penjual menjadi belanja online menyebabkan jasa akan pengiriman barang menjadi hal penting dan sangat dibutuhkan. Kebutuhan jasa pengiriman barang saat ini telah menjadi kebutuhan dalam setiap perilaku bisnis online. Setiap

konsumen tentunya menginginkan pengiriman barang yang cepat, aman dan murah. Sejalan dengan perkembangan yang telah terjadi disegala bidang, tingkat kebutuhan konsumen akan jasa juga semakin meningkat dari fenomena yang telah terjadi, dapat dipastikan jika selama roda produksi dan perdagangan masih terus berputar maka kebutuhan akan jasa ekspedisi tetap dicari atau diperlukan.

J&T Express merupakan perusahaan berbasis jasa layanan pengiriman barang, baik berupa dokumen maupun paket yang bertempat di Jakarta Indonesia yang didirikan pada tanggal 20 Agustus 2015. Dibawah naungan PT. Global Jet Express yang kepemilikannya masih dikuasai penuh oleh swasta dan saat ini. Perusahaan layanan jasa pengiriman ini berkembang sangat pesat walaupun masih tergolong perusahaan masih baru hal ini bisa terjadi karena perusahaan memberikan beragam layanan yang mampu membuat konsumen untuk menggunakan layanan jasa tersebut, dalam hal ini perusahaan juga menawarkan berupa jemput barang sehingga para pelanggan tak perlu mendatangi ke kantor jika ingin mengirimkan barang serta perusahaan layanan jasa pengantaran juga dituntut untuk memberikan harga yang sesuai, pelayanan yang bagus, tepat waktu dalam mengirimkan dokumen maupun paket dan keamanan barang yang terjamin akan sangat berpotensi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Walaupun berada ditengah ketatnya persaingan bisnis saat ini, telah banyak bermunculan ekspedisi dari berbagai macam perusahaan yang

bergerak di bidang pengiriman seperti JNE, SiCepat, Ninja Express, Shopee Express, TIKI, JD.ID dan banyak macam lainnya, J&T Express tetap menjadi unggulan yang disebabkan oleh prestasinya seperti berhasil meraih *Top Brand Award* pada tahun 2018 yang merambah ke negara negara Asia Tenggara yaitu Malaysia dan Vietnam serta pada tahun 2019 mendapatkan penghargaan *Go Asean Champion* dengan memperluas ke 4 negara Asia Tenggara lainnya, yaitu Filipina, Thailand, Singapura dan Kamboja tidak hanya sampai disitu pada tahun 2021 juga menolehkan prestasi lagi dengan kategori *Most Engage Delivery Service Brand 2021* berdasarkan data yang disampaikan oleh jet.co.id merupakan website resmi perusahaan maka dari itu hal ini menjadi pekerjaan yang tidak bisa disepelekan oleh perusahaan tentang bagaimana cara mempertahankan posisinya saat ini, hal itu didapatkan karena jerih payah dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Maka dari itu J&T Express memberikan jasa yang berkualitas dan bermutu agar dapat memenuhi tingkat akan kepuasan pelanggan supaya dapat lebih mempertahankan konsumen dengan kepuasan pelanggan tersebut. Dalam dunia bisnis kepuasan pelanggan sebuah hal yang sangat di inginkan oleh sebuah perusahaan serta menjadi salah satu tujuan dari berbagai upaya yang telah dilakukan oleh perusahaan apabila pelanggan merasa puas maka besar kemungkinan pelanggan akan datang kembali dan menjadi pelanggan tetap sehingga perusahaan semakin meningkat.

Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan salah satunya J&T Express melakukan pengiriman dokumen atau paket secara tetap waktu. Ketepatan waktu menjadi dasaran bagi perusahaan dalam mendapatkan simpati dari konsumen akan kepercayaan dan kepuasan terhadap pelanggan, ketepatan waktu juga memiliki sebutan lain seperti estimasi waktu. Estimasi waktu juga menjadi sebuah tolak ukur dalam menilai layanan jasa pengiriman dokumen maupun paket tersebut baik atau tidak. Jika ketepatan waktu tersebut dikelola dengan baik maka akan memberikan timbal balik yang positif terhadap terwujudnya kepuasan pelanggan. Semakin tepat waktu perusahaan dalam melakukan pengiriman barang maka semakin tinggi juga kepuasan pelangganya (Ardila & Irawan 2022, hal 483). dalam meningkatkan kepusasan pelanggan tidak hanya diukur dari ketepatan waktu tetapi juga bisa dirasakan dalam kualitas pelayanannya.

Terciptanya kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas baik. Kualitas pelayanan yang menjadi hal utama dalam perusahaan jasa. Pelayana yang baik, ramah dan sopan tentunya akan membuat konsumen merasa senang dan puas sehingga konsumen akan loyal terhadap perusahaan. Begitu pula sebaliknya, pelayanan yang buruk akan membuat konsumen tidak lagi tertarik untuk memakai jasa dari suatu perusahaan. Kualitas pelayanan ialah berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen

menurut (Tjiptono, 2016:268). Sehingga bisa disimpulkan bahwa baik atau tidaknya kualitas pelayanan jasa antar dokumen maupun paket J&T Express tergantung pada kemampuan perusahaan dalam menyediakan pelayanan untuk memenuhi sebuah harapan seorang konsumen secara konsisten, dengan meningkatnya kualitas pelayanan tidak lepas dari kritik dan saran konsumen maupun evaluasi agar konsumen dapat merasakan kepuasan yang lebih dalam menggunakan jasa ini, sedangkan proses pengantaran dokumen maupun paket harus dilakukan secara profesional.

Perusahaan yang bergelut dalam layanan jasa pengantaran dokumen maupun paket harus bisa dalam mendeteksi timbulnya atau adanya ancaman kejahatan yang akan mengganggu karena dapat mempengaruhi adanya kepuasan pelanggan yang berakibat penggunaan ulang layanan jasa pengantaran dokumen maupun paket tersebut serta dapat meningkatkan adanya keuntungan bagi perusahaan tersebut, jika suatu perusahaan layanan jasa pengiriman tidak mengedepankan akan keamanan suatu dokumen atau paket maka akan berdampak kepada salah satunya seperti *brand image* yang mana serta akan mengalami kerugian kepada pihak perusahaan. Maka dari itu tidak hanya keamanan saja yang dilihat oleh konsumen atau pelanggan tetapi harga juga termasuk dalam faktor kepuasan pelanggan.

Selain ketepatan waktu, kualitas pelayanan dan keamanan hal lain juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu harga. Harga – harga yang ditetapkan oleh perusahaan ekspedisi berbeda – beda sesuai

dengan jarak wilayah pengiriman yang akan ditempuh. Penetapan harga perlu memerhatikan banyak aspek, Terdapat aspek keterjangkauan, aspek kesebandingan dan lain sebagainya. Menurut pendapat (Kotler 2010). Harga ialah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa harga juga bisa disebut dengan jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa. Harga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan maka dari itu penetapan sebuah harga harus bersaing serta sesuai dengan kualitas dan manfaat jasa yang telah diberikan. Melalui penetapan harga yang bersaing serta sesuai dengan kualitas dan manfaat jasa yang diberikan mampu memberikan orientasi yang baik pada pelanggan sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pada saat ini sudah terdapat 4000 gerai milik J&T Express yang tersebar di seluruh Indonesia salah satunya berada di kota Malang berdasarkan data yang disampaikan jet.co.id pada tahun (2022). Kota Malang merupakan kota yang dikelilingi oleh berbagai macam Kampus, Pemerintahan, Perusahaan maupun Umkm oleh karena itu bisa di prediksi bahwa dikota Malang memiliki peluang bisnis seperti layanan jasa pengantaran barang dokumen maupun paket. Dalam dunia pendidikan atau kampus terdapat sebuah kampus bernama Universitas Islam Malang yang biasanya dipanggil dengan nama Unisma memiliki 10 fakultas serta menjadi kampus NU terbaik, kampus tersebut berlokasi sangat strategis

disebelah mall dinoyo malang. Melihat dari berbagai macam aktifitas dan kesibukan yang dilakukan oleh mahasiswa, serta perpindahan proses pembelian kebutuhan suatu barang yang dilakukan mahasiswa sangat membutuhkan layanan jasa pengantaran maka dari itu perusahaan memberikan segala hal yang dibutuhkan oleh pelanggan agar bisa menarik konsumen untuk melakukan penggunaan ulang dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan yang landasi oleh ketepatan waktu, kualitas pelayanan, keamanan dan harga.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas ingin mengetahui bagaimana J&T Express dapat mempertahankan segala *brand* ditengah persaingan yang semakin ketat dengan mengangkat empat variable yaitu bagaimana pengaruh ketepatan waktu kepada kepuasan pelanggan, bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan untuk pelanggannya, bagaimana pengaruh keamanan yang diberikan kepada penggunanya, bagaimana pengaruh harga yang ditetapkan oleh perusahaan terhadap kepuasan pelanggan, maka dari itu mengambil *topic* penelitian dengan judul. **“Pengaruh Ketepatan Waktu, Kualitas Pelayanan, Keamanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Lowokwaru Kota Malang”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas , maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah ketepatan waktu, kualitas pelayanan, keamanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express.
- b. Apakah ketepatan waktu berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan J&T Express.
- c. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan J&T Express.
- d. Apakah keamanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan J&T Express.
- e. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan J&T Express.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis ketepatan waktu, kualitas pelayanan, keamanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis ketepatan waktu berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan J&T Express.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan J&T Express.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis keamanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan J&T Express.
- e. Untuk mengetahui dan menganalisis harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan J&T Express.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

- a. Hasil dalam penelitian ini menjadi masukan kepada CEO J&T Express untuk tetap memperhatikan ketepatan waktu, kualitas pelayanan, keamanan, harga terhadap kepuasan pelanggan agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan serta mempertahankan akan posisi persaingan dalam layanan jasa pengiriman dokumen atau paket.
- b. Dari hasil penelitian ini mendapatkan pengetahuan ilmu dan menambah wawasan yang luas dalam bidang penelitian
- c. Dengan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan sumber referensi selanjutnya

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah ketepatan waktu, kualitas pelayanan, keamanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Lowokwaru Kota Malang yang mana studi kasus kepada mahasiswa Universitas Islam Malang. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan diatas, sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Ketepatan waktu, kualitas pelayanan, keamanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan jasa pengantaran J&T Express Lowokwaru Kota Malang studi kasus pada mahasiswa Universitas Islam Malang. Hal itu berarti semakin tinggi ketepatan waktu, kualitas pelayanan, keamanan dan harga maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.
- b. Ketepatan waktu tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan jasa pengantaran J&T Express Lowokwaru Kota Malang studi kasus pada mahasiswa Universitas Islam Malang.
- c. Kualitas pelayanan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan jasa pengantaran J&T Express Lowokwaru Kota Malang studi kasus pada mahasiswa Universitas Islam Malang. Hal itu berarti

semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

- d. Keamanan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan jasa pengantaran J&T Express Lowokwaru Kota Malang studi kasus pada mahasiswa Universitas Islam Malang.
- e. Harga signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan jasa pengantaran J&T Express Lowokwaru Kota Malang studi kasus pada mahasiswa Universitas Islam Malang. Hal itu berarti semakin tinggi harga maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam pembuatan penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan seperti :

- a. Keterbatasan jumlah responden yang berjumlah 90 sehingga tidak bisa digeneralis secara keseluruhan kepada mahasiswa UNISMA
- b. Keterbatasan jumlah variabel penelitian dimana hanya menggunakan variabel ketepatan waktu, kualitas pelayanan, keamanan, harga dan kepuasan pelanggan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil dari para responden terkait item pertanyaan terendah dari setiap variabel dependen maupun independen yang perlu diperhatikan perusahaan seperti :

a. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pernyataan terendah pada tabel 4.3 ialah saya melakukan penggunaan layanan jasa pengantara J&T Express secara berkelanjutan dengan rata rata 4.16. maka dari itu disarankan kepada perusahaan untuk lebih meningkatkan kualitasnya dari segala aspek yang dibutuhkan agar konsumen bisa melakukan penggunaan secara berkelanjutan.

b. Variabel Ketepatan Waktu (X1)

Pernyataan terendah pada tabel 4.4 ialah saya selalu tepat waktu dalam mengirimkan paket ke kantor J&T Express sebelum jam pemberangkatan paket ke lokasi tertuju dengan rata rata 4.02. maka dari itu perusahaan untuk memperbanyak jadwal pola jam pemberangkatan karena dapat meningkatkan jumlah pengguna layanan jasa pengantaran tersebut.

c. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Pernyataan terendah pada tabel 4.5 ialah J&T Express memberikan jaminan terhadap paket yang diberikan dengan rata rata 4.06. maka dari itu perusahaan untuk lebih meningkatkan sumber daya manusia pegawai agar para pelanggan bisa memberikan kepercayaan yang besar terhadap perusahaan

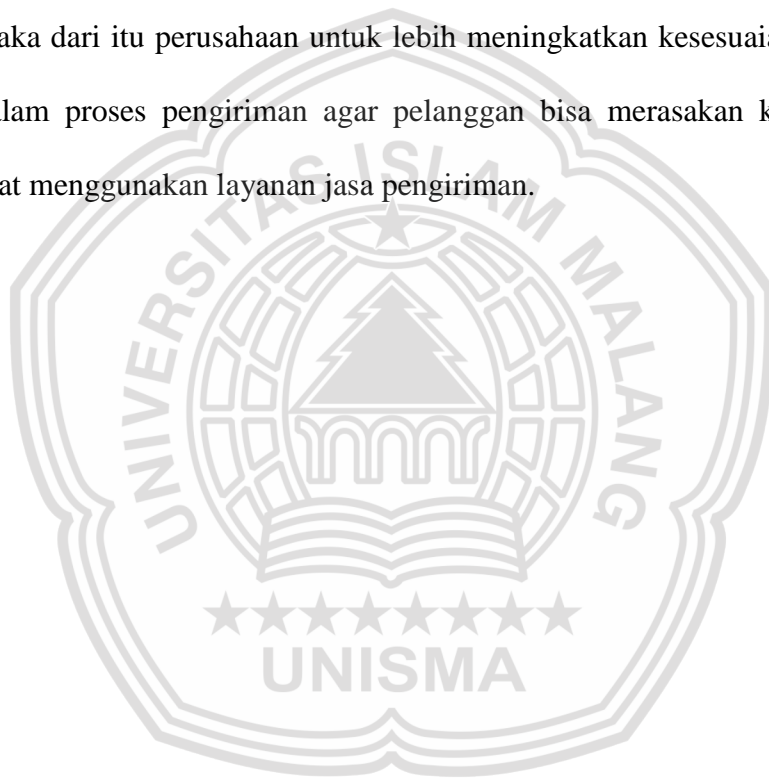
d. Variabel Keamanan (X3)

Pernyataan terendah pada tabel 4.6 ialah J&T Express selalu merahasiakan data saya dengan rata rata 4.21, maka dari itu

perusahaan untuk lebih meningkatkan segala keamanan yang dibutuhkan oleh pelanggan supaya pelanggan bisa merasakan aman saat menggunakan layanan jasa tersebut.

e. Variabel Harga (X4)

Pernyataan terendah pada tabel 4.7 ialah J&T Express selalu memberikan harga pengiriman yang terjangkau dengan rata rata 4.16, maka dari itu perusahaan untuk lebih meningkatkan kesesuaian harga dalam proses pengiriman agar pelanggan bisa merasakan kepuasan saat menggunakan layanan jasa pengiriman.



DAFTAR PUSTAKA

- Afghani dan Yulianti (2017) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Vol. 11. No. 10-18.
- Agung, A. P. (2012). Metodologi Penelitian Bisnis. Denpasar: UB Press.
- Along, Antonius. (2020). Kualitas Layanan Administrasi Akademik Di Politeknik Negeri Pontianak.
- Ardila, Lia & Irawan, Bambang. (2022). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express Di Patokbeusi Sumbang. Volume 2 No 4.
- Asnawi, H.Nur Dan Dr. H. Masyhuri (2011) Metodologi Riset Manajemen Pemasaran. Malang : UIN MALIKI PRESS
- Az-zahra, Siti Fatimah (2018) pengaruh keamanan, kepercayaan dan resiko kinerja terhadap keputusan pembelian secara online.
- Buchari, Alam. (2014). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung : CV. Alfabete.
- Evani, I., & Hidayat, Y.R. (2021). Pengaruh system pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus J&T Express kote malang)
- Ghozali, imam. (2011). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Prodran SPSS:.. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro
- Hafizha, Salma & Abdurrahman & Nuryani, Hanifa Sri. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tariff Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Volume 2 No 1.
- Handoko, H. B. (2010). Cara Mudah Membangun Blog Toko Online. Jakarta : Selemba Empat
- Hardiyansyah. (2011). Kualitas Pelayanan *Public* Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya. Yogyakarta : Gava Media
- Hasanuddin. (2011). *90 insights for marketing to youth, women netizen in indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hidayat, Iqbal Arief. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Indrasari, Meithiana. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. No 227 Halaman 114.

- Iskandar, Dani & Nasution, Muhammad Irfan Bahari. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Lazada. No 1 Halaman 128 – 137.
- Kotler, P. and Armstrong, G (2013) Prinsip – Prinsip pemasaran. Jilid 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip (2010). Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Ketigabelas, Jakarta, PT. Indeks Gramedia
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (1996). Dasar Dasar Pemasaran Principles Of Marketing 7e Jilid 1 Edisi Bahasa Indonesia (Hlm. 340 – 341).
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik.
- Marsha, Firdtania (2015) Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Harga Kiriman Pada Ecommerce.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. Tol. Jurnal Ekonomi, Vol.7 No.2 : Hal 113-125.
- Musvaida, Arinil Haq. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada J&T Express.
- Ningsih, Nur Dwi Rahayu. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa J&T Express.
- Oktaviasari, Niken. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tariff Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan. Malang: E-Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma.
- Pradana, Dedhy & Hudayah, Syarifah & Rahmawati. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Motor. Kinerja. Volume 14 No 1 Halaman 16-23.
- Priansa. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Social. Pustaka Sertia : Bandung
- Purba, E. (2021). Metode Penelitian Ekonomi. Pematangsiantar : Yayasan Kita Menulis
- Rahmat, Evita Alufir. Pengaruh *Brand Trust*, *E-Service Quality* Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen. Malang: E-Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma.
- Rahmawati, Asmina. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kapal Penumpang Km.Napoleon Rute Perjalanan Kendari-Wanci. Malang: E-Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma.
- Ramadhan, Ibnu Cahyo dan Anggraeni, Tia Chisca. (2022) Pengaruh promosi, keamanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan shopee. Volume 1 No 1 Halaman 01-11.

- Sakti, Brillyan Jaya & Mahfudz. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. Volume 7, Hlm 1-8.
- Sari, Theresia Vara Ayu Adinda & Ernestivita, Gesty. (2021) Pengaruh Kualitas Layanan, *Brand Image* Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Di J&T Express Gatot Subroto Nganjuk.
- Sodikin. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek Kak Rose Dikota Malang. Malang: E-Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma.
- Supranto, J. (2011) Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar, Cetakan Keempat, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Sugiyono, (2015). Metode Penelitian Kombinasi. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, (2017) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Alfabeta Bandung.
- Sugiyono, (2018) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Alfabeta Bandung.
- Syafrudin, Anang Fuad. Pengaruh Lokasi Harga Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian . Malang: E-Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma.
- Tjiptono, Fandy. (2012). Strategi Pemasaran, edisi ketiga. Yogyakarta, Andi
- Tjiptono, F. (2014) Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan Penelitian. Edisi Pert. Yogyakarta: CV. Andi Offise.
- Tjiptono, Fandy. (2016). Quality & Satisfaction. Yogyakarta. ANDI.
- Vikaliana, Resista. (2017). Faktor faktor resiko dalam perusahaan jasa pengiriman. Volume 01. Nomor 01. Majalah ilmiah institusi STIAMI.
- Viswanantha, A Dan Rahman, Arasu. (2011). *Web Service And E Information Network & Business Information System*. Hal 54-60.
- Zadi, Budi Setio. Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata Pada Kotoba Tour And Travel Blitar. Malang: E-Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma.
- Zahra, Nishfi Aini. Pengaruh Pengawasan, Kepuasan Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. Malang: E-Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma.
- Zeithalm, V.A. Customer Perceptions of price, quality, and value: A Means – End Model and synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52: 2-22.