



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU, DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHOPEE  
EXPRESS**

**(STUDI KASUS PADA MAHASISWA DI KOTA MALANG)**

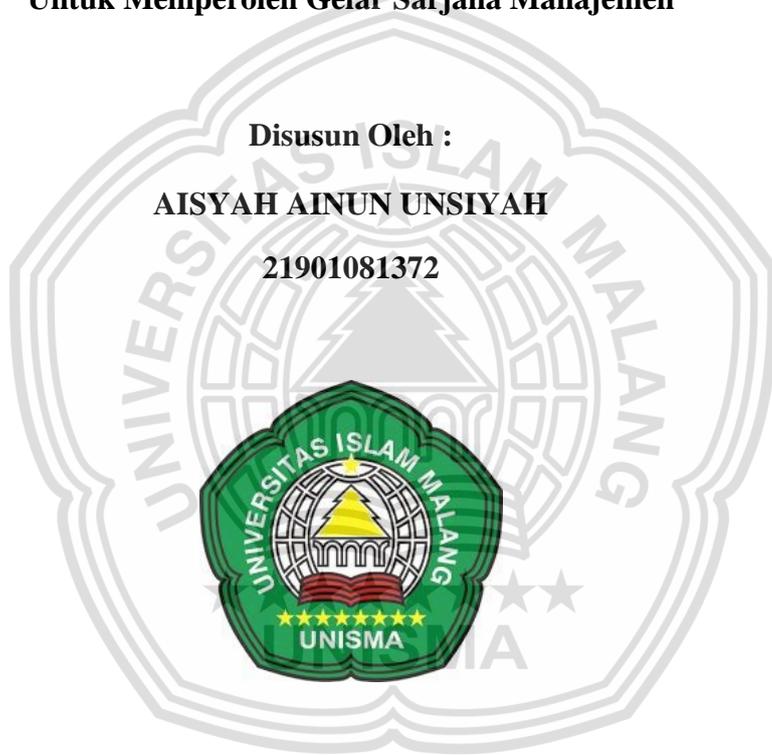
**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Disusun Oleh :**

**AISYAH AINUN UNSIYAH**

**21901081372**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2023**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan shopee express. Penelitian ini menggunakan studi pada Mahasiswa di kota Malang. Data yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada Mahasiswa di kota Malang yang dipilih secara *purposive sampling*. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Malhotra dan hasil yang didapatkan sebanyak 80 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji instrumen (Uji validitas, Uji Reliabilitas), Uji normalitas, Uji asumsi klasik (Uji multikolinearitas, Uji heteroskedastitas), Analisis regresi linier berganda, Pengujian hipotesis (Uji F dan Uji t), Uji Koefisien determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>) pengolahan data menggunakan program IBM SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan tetapi tidak signifikan, ketepatan waktu berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan tetapi tidak signifikan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** Kualitas pelayanan, ketepatan waktu, kepercayaan, kepuasan pelanggan.

## ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the relationship between service quality, timeliness and trust in shopee express customer satisfaction. This research uses studies on students in the city of Malang. The data was obtained by distributing questionnaires via Google form to students in the city of Malang who were selected by purposive sampling. Determining the number of samples in this study used the Malhotra formula and the results obtained were 80 respondents. The analytical method used in this study is instrument test (validity test, reliability test), normality test, classical assumption test (multicollinearity test, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, hypothesis testing (F test and t test), coefficient of determination test. (Adjusted R<sup>2</sup>) data processing using the IBM SPSS 24 program. The results of this study indicate that service quality, timeliness and trust have a simultaneous effect on customer satisfaction, service quality has a partial effect on customer satisfaction but not significant, timeliness has a partial effect on customer satisfaction customers but not significant, and trust has a significant effect on customer satisfaction.

**Keywords: Service quality, timeliness, trust, customer satisfaction.**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang semakin modern tidak dapat kita hindari. Karena saat ini semua jenis kegiatan masyarakat dapat difasilitasi oleh teknologi. Dengan adanya teknologi pada dasarnya adalah untuk mempermudah manusia dalam menjalankan sesuatu hal. Perkembangan teknologi dan internet telah memberikan dampak yang signifikan bagi kehidupan masyarakat. Internet tidak hanya digunakan untuk keperluan pribadi. Bahkan perusahaan besar atau pemilik bisnis sangat membutuhkan internet. Peralnya suatu pekerjaan dari yang terkecil sampai yang paling kompleks bisa dilakukan bahkan terkontrol jika menggunakan internet. Masyarakat telah menemukan berbagai manfaat dari internet. Salah satunya ialah dapat berbelanja *online*. Saat ini belanja *online* sudah menjadi kebiasaan sebagian orang. Kemudahan serta kualitas yang ditawarkan saat berbelanja *online* menjadi nilai plus di mata masyarakat. Banyak orang beranggapan bahwa belanja *online* adalah cara untuk mencari barang-barang kebutuhan seperti kebutuhan sehari-hari. Belanja *online* juga bisa diartikan sebagai keinginan para konsumen menghabiskan uang untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan dari toko *online*.

Selain mempermudah masyarakat untuk berbelanja *online*, teknologi dan internet juga memiliki manfaat yang signifikan bagi wirausahawan. Banyak pelaku bisnis yang telah menggunakan internet

untuk mendukung bisnis mereka. Di masa lalu pedagang memiliki akses terbatas untuk dapat mempresentasikan produk mereka kepada khalayak umum. Namun berkat internet, seorang wirausahawan dapat memperkenalkan produk atau jasa untuk dijual dengan mudah dan cepat. Hal tersebut menjadi faktor banyaknya bermunculan penyedia *website online* atau *market place*. Salah satu *market place* yang banyak diminati masyarakat di Indonesia ialah Shopee.

Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak di bidang jual beli secara *online* dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan *smartphone*. Banyaknya penawaran yang disediakan membuat masyarakat senang berbelanja di shopee sehingga membuat *platform* ini lebih unggul dari *platform* yang lainnya. Keunggulan-keunggulan yang dapat dirasakan konsumen mulai dari banyaknya *voucher* gratis ongkir, memiliki fitur COD, bisa bertransaksi menggunakan koin, dan bahkan shopee memiliki layanan ekspedisi sendiri yang disebut shopee express.

Shopee express adalah jasa pengiriman oleh shopee untuk penjual yang terpilih. Pengiriman shopee express berguna dalam menghindari barang yang tidak sampai dengan menyediakan proses pengiriman yang lebih cepat. Shopee express juga memberikan garansi dana kembali jika ternyata paket mengalami kerusakan ataupun hilang saat proses pengiriman. Hal ini karena tidak sedikit konsumen shopee yang mengeluh jasa pengiriman barang, mulai dari barang yang rusak hingga paket yang terlambat datang. Pengiriman akan ditangani langsung oleh tim resmi dari shopee. Jadi, barang pesanan akan di *packing*, diberi alamat, dan dikirim

oleh tim dari shopee. Jasa ekspedisi resmi dari shopee ini akan mendukung keberlangsungan bisnis penjual dan mengirimkan pesanan pembeli. Hal ini tentunya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang berbelanja di *platform* shopee.

Namun belakangan ini shopee express menjadi sorotan karena banyaknya paket yang hilang karena terbengkalai. Estimasi pengiriman paket tidak sesuai dengan yang ditentukan. Paket diretur dengan alasan *overload*, bahkan semua seller dipaksa untuk menggunakan jasa pengiriman shopee express. Hal ini karena fitur shopee express tidak dapat dinonaktifkan karena jasa kirim tersebut diaktifkan secara otomatis oleh pihak shopee. Sehingga penjual di shopee tidak memiliki pilihan lain, dan menyebabkan banyak pelanggan shopee mengeluh atas kualitas pelayanan yang diberikan, serta mengeluh atas ketepatan waktu pengiriman karena menjadi faktor berkurangnya kepercayaan sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan.

Kotler (2012) mendasarkan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya jika kinerja tidak sesuai harapan maka konsumen akan merasa kecewa. Memenuhi kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang atas jasa pelayanan cenderung untuk menggunakan kembali jasa pada saat

kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya: 1) Hubungan perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis. 2) Memberikan dasar yang baik bagi pelanggan. 3) Dapat mendorong terciptanya loyalitas. 4) Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan. 5) Laba yang diperoleh meningkat Tjiptono et al,(2014).

Menurut Kasmir (2017) Kualitas Pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam bentuk yang tidak berwujud namun dapat dirasakan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Bagaimana tidak, jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif, maka akan memberikan *feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan.

Dapat disimpulkan bahwa ketepatan waktu merupakan jangka waktu pengiriman hingga sampai ke alamat tujuan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah pengiriman paket sampai tepat waktu atau tidak. shopee express hadir memiliki empat pelayanan pengiriman dengan estimasi yang

berbeda-beda, sehingga pelanggan dapat memilih estimasi waktu yang diinginkan.

(Sari, 2020:23) Kepercayaan merupakan keterlibatan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa *partner*-nya akan memberikan kepuasan yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya. Kepercayaan tidak begitu saja bisa dimiliki oleh sang penjual karena suatu kepercayaan dapat dibentuk dari awal dan harus dapat dibuktikan. Kepercayaan seorang pelanggan terus dibangun oleh perusahaan karena sangat memicu pada loyalitas pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pelanggan secara kuat akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kajian teori dan pendapat dari beberapa ahli diatas, maka dapatlah dirumuskan judul penelitian sebagai berikut **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

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

- a. Apakah kualitas pelayanan, petepatan waktu, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan shopee express?

- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan shopee express?
- c. Apakah ketepatan waktu berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan shopee express?
- d. Apakah kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan shopee express?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan Penelitian

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

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan shopee express?
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan shopee express?
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis ketepatan waktu berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan shopee express?
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan shopee express?

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

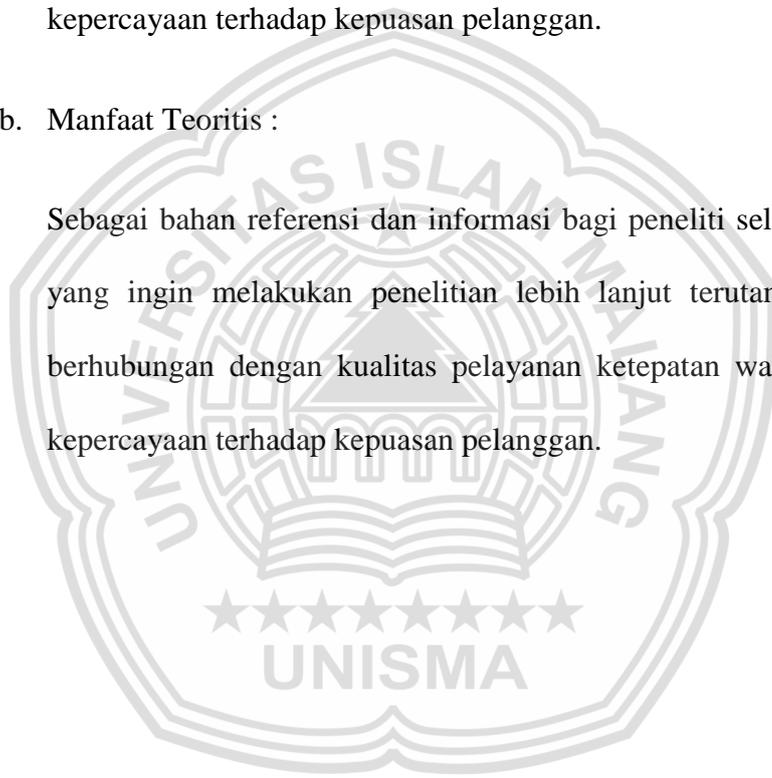
Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Praktis :

Dapat memberikan gambaran serta saran yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Manfaat Teoritis :

Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan ketepatan waktu, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan shopee express. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan shopee express sebagai berikut:

- a. Variabel Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan mendorong tingkat Kepuasan Pelanggan shopee express.
- b. Variabel Kualitas Pelayanan tidak mendorong tingkat Kepuasan Pelanggan shopee express.
- c. Variabel Ketepatan Waktu tidak mendorong tingkat Kepuasan Pelanggan shopee express.
- d. Variabel Kepercayaan mendorong tingkat Kepuasan Pelanggan shopee express.

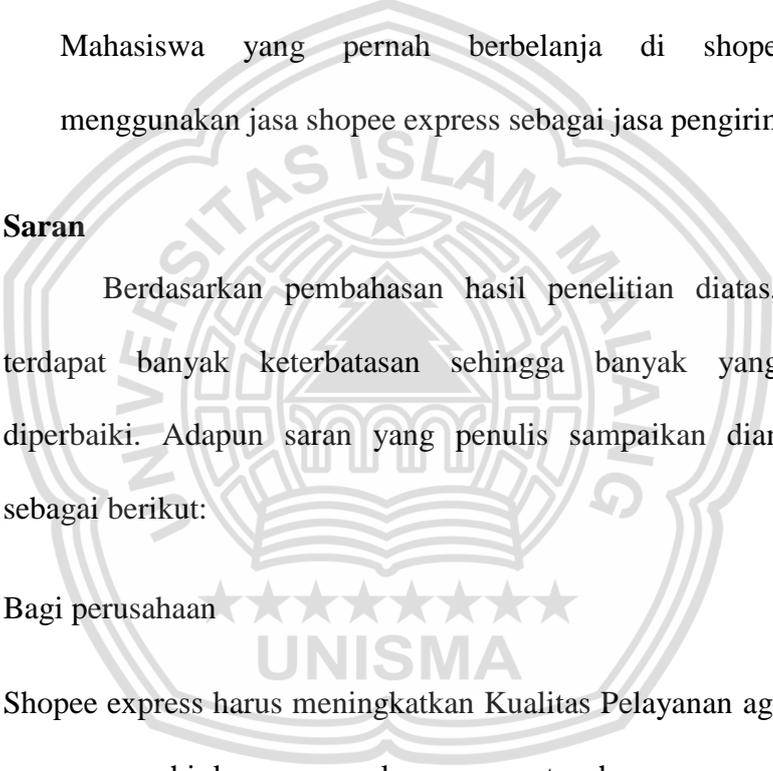
#### 5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini penulis telah melakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih mempunyai beberapa keterbatasan yakni:

- a. Dengan adanya keterbatasan waktu maka penelitian ini hanya menggunakan variabel Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan sebagai variabel bebas dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel terikat. Sehingga variabel – variabel lain yang berpengaruh terhadap variabel terikat tidak dibahas dalam penelitian ini.
- b. Penelitian ini hanya melakukan dengan mengambil 80 sampel Mahasiswa yang pernah berbelanja di shopee dan menggunakan jasa shopee express sebagai jasa pengiriman.

### 5.3 Saran

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian diatas, masih terdapat banyak keterbatasan sehingga banyak yang perlu diperbaiki. Adapun saran yang penulis sampaikan diantaranya sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan  Shopee express harus meningkatkan Kualitas Pelayanan agar dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, serta shopee express harus dapat tepat waktu saat melakukan pengiriman agar pelanggan dapat menerima paket sesuai dengan estimasi yang ditentukan, dengan begitu pelanggan akan merasa puas dan kepuasan pelanggan akan tercapai. Selanjutnya shopee express harus tetap menjaga dan mempertahankan kepercayaan pelanggan agar tetap meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

- 1) Agar dapat menambahkan variabel – variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- 2) Dapat dilakukan penambahan responden agar penelitian mendapatkan hasil yang memuaskan.
- 3) Dapat menambah item pertanyaan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih baik lagi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Artati, S. E. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan pada j&t express kota bima. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 9(1), 107–115.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101.
- Dewantoro, D., Aryani, L., & Marzuki, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne. *Journal Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 278–293.
- Doney, P.M. and Cannon, J.P. (1997) An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships. *Journal of Marketing*, 61, 35-51.
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2017). Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Program AMOS 24. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS”Edisi Sembilan.Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hafizha, S., Abdurrahman, & Sri Nuryani, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.266>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Jaya Sakti, B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu pengiriman dan fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Kasmir. (2017). Customer Service Excellent Teori dan Praktik. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Khakim, L., A. Fathoni, dan M.M. Minarsih. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel

Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima. *Journal Management* ISSN :1-1 2442-4064.

- Lestari, A. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Gloat Jet Express ( J & T ) Surabaya. *Jurnal ILMU Dan Riset Manajemen*, 8(7), 1–19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2319>
- Melisari, Farida, E., & Millaningtyas, R. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Kepercayaan Layanan J&T Express Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Marketplace (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma) Melisari\**. 82–94.
- Mukarom Zaenal, Muhibudin Wijaya Laksana, (2015). *Manajemen Kualitas Pelayanan Publik*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Nirwana. (2017). Indikator Kepuasan Pelanggan Menurut hawkins dan Lonney dikutip Oleh Tjiptono 2014 :101. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 1, 11–12. [http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/1330/5/138320032\\_file5.pdf](http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/1330/5/138320032_file5.pdf)
- Rahmadi, H., & Malik, D. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat. *Reformasi Administrasi*, 3(1), 126–145. <https://doi.org/10.31334/v3i1.100>
- Rohman, S., & Abdul, F. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Logistik Indonesia*, 5(1), 73–85. <https://doi.org/10.31334/logistik.v5i1.1188>
- Sakti, B. J. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layana, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi pada J & T Express Kota Semarang ). *Journal of Manajemen*, 7, 1–9. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/22343>
- Sari, R.P., and Yasa, N.N. (2020). Kepercayaan Pelanggan di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran .. - Anak Agung Ratih Permata Sari, Ni Nyoman Kerti Yasa - Google Buku ed Andriyanto (Klaten: Lakeisha)
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: AFABETA, cv.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metodologi Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung :Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. (2015). Metodologi Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung :Alfabeta
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Statistika untuk Penelitian. Bandung :Alfabeta
- Supranto, J. (2011) Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Cetakan Keempat, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Tjiptono., dan Gregorius Chandra. 2016. Service, Quality, and Satisfaction,, Edisi 4, Andi, Yogyakarta

