

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU, DAN
TARIF PENGIRIMAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Kasus Pengguna Ekspedisi JNE Cabang Bima, kota Bima)

SKRIPSI

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

Oleh:

MITA PUSPITASARI

NPM: 21601081370



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

2022

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU, DAN
TARIF PENGIRIMAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Kasus Pengguna Ekspedisi JNE Cabang Bima, kota Bima)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

MITA PUSPITASARI

NPM. 21601081370



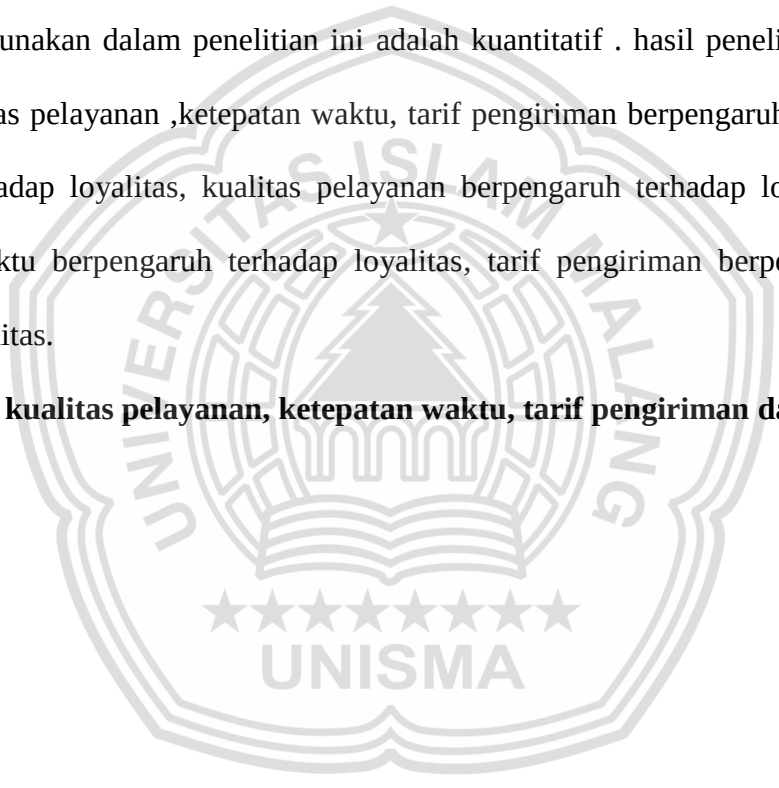
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2022

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan tarif pengiriman, terhadap loyalitas pelanggan(Studi Kasus Pengguna Ekspedisi JNE Cabang Bima, kota Bima). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian *explanatory research*, teknik pengambilan sampel yang digunakan *teknik accidental quota sampling*. Populasi dan sampel yang digunakan sebanyak 91 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif . hasil penelitian ini bahwa Kualitas pelayanan ,ketepatan waktu, tarif pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas, ketepatan waktu berpengaruh terhadap loyalitas, tarif pengiriman berpengaruh terhadap loyalitas.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman dan loyalitas

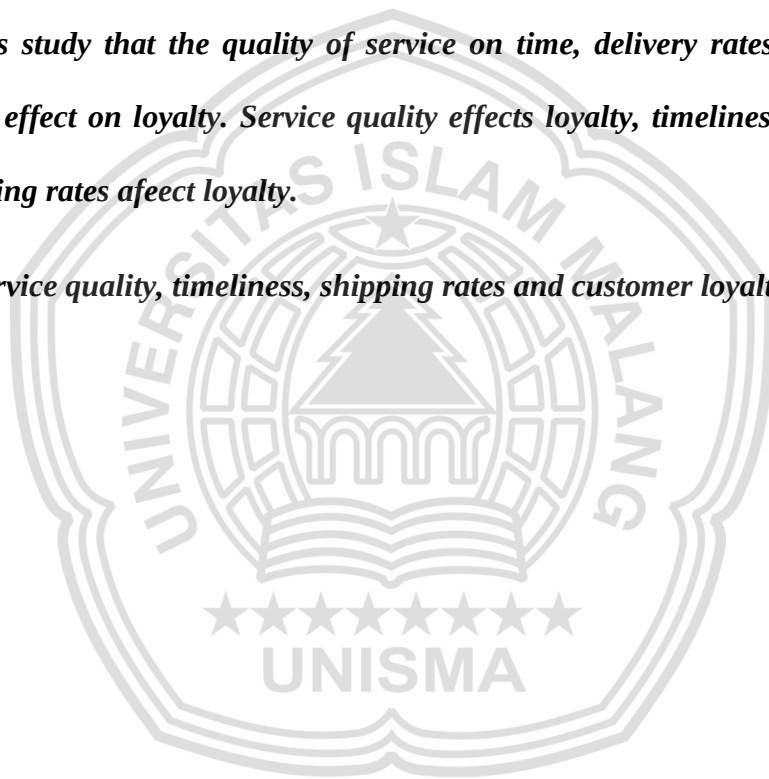


ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of service quality, timeliness, and delivery rates on loyalty with customer satisfaction as an (case study of JNE Expeditionary users, bima branch, bima city). The method used in this research is explanatory research, the sampling technique used is the accidental quota sampling technique. The population and samples used were 91 respondents. The data analysis method used in this research is quantitative. The results of this study that the quality of service on time, delivery rates have a simultaneous effect on loyalty. Service quality affects loyalty, timeliness affects loyalty, shipping rates affect loyalty.

Keywords: *service quality, timeliness, shipping rates and customer loyalty*

1



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis saat ini semakin ketat di era globalisasi sehingga perkembangan bisnis yang bergerak di bidang industri pengiriman barang terus meningkat. Dan para pelaku bisnis berusaha agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang bertambah banyak dan beragam. Sehingga konsumen memiliki banyak pilihan dalam menggunakan jasa pengiriman yang dapat di percaya dengan kualitas pelayanan yang baik.

Bisnis jasa saat ini dibutuhkan dan berpengaruh dalam aktivitas konsumen sehari-hari. Hal ini mengakibatkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih tempat jasa kurir pengiriman barang yang dapat dipercaya, memberikan pelayanan terbaik dan harga yang terjangkau, sehingga memudahkan kegiatan konsumen dalam hal pendistribuan barang dengan jarak jauh dapat tersalurkan dengan baik.

Zaman yang semakin modern ini, kebutuhan seseorang semakin meningkat dan banyak bisnis online bermunculan. Seseorang dapat berbelanja atau melakukan aktifitasnya sehari-hari secara online. Dengan demikian aktifitas yang dilakukan seseorang dapat dilakukan dengan cara yang mudah dan praktis. Dalam memproduksi dan mendistribusi produk, pelaku usaha tentunya mulai dari pemasok, manufaktur, distributor, retailer, hingga konsumen masing-masing mempunyai peranan penting dalam penciptaan suatu produk yang berkualitas, murah, dan cepat. Ada beberapa pertimbangan pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan jasa pengiriman

barang, diantaranya adalah kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas.

JNE ekspedisi cabang bima adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa, pengiriman yang melayani kinerja optimal atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen. Keberadaan penyediaan jasa pengiriman barang tersebut memiliki peran yang strategis untuk meningkatkan kinerja barang dari satu daerah ke daerah lain, dan akses transportasi barang baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh. Pada bisnis jasa pengiriman barang, produsen dan konsumen harus saling bekerja sama selama melakukan pembelian jasa/pengiriman barang. Perusahaan yang memberikan jasa yang berkualitas dan bermutu, yang dapat memenuhi tingkat kepentingan konsumen akan dapat lebih bertahan karena menciptakan nilai yang lebih unggul dari pada pesaingnya.

Persaingan dalam bisnis ekspedisi (jasa pengiriman barang) tampak ketat dan semakin terbuka lebar untuk pemain baru yang berkancan di Indonesia. Bisnis online berkembang pesat memicu tumbuhnya perusahaan ekspedisi lokal. Berikut ini perusahaan yang bersaing dalam ekspedisi lokal yaitu pos Indonesia, J&T, TIKI, FedEx, DHI, pandu logistik dan wahana. Perusahaan ternama tersebut saat ini berlomba-lomba mengungguli pangsa pasar yang sebagian besar dikuasai oleh perusahaan asing. Hal ini tidak menutup kemungkinan PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) bersaing menjadi tuan rumah dalam wilayah domestic.

Testimoni 20 pelanggan JNE yang sering memakai jasa JNE untuk melakukan pengiriman barang karena murah, tepat waktu, kualitas pelayanan

yang bagus sehingga pelanggan JNE merasa loyal. JNE juga menyediakan jaminan keamanan paket yang dititipkan oleh konsumen selain kecepatan dan ketepatan, hal lain yang juga pasti diinginkan oleh konsumen tentu saja jaminan keamanan sehingga barang yang dititipkan pada JNE bisa sampai dengan aman dan tidak rusak.

JNE melayani pelangganya untuk melakukan pengiriman barang, paket, dokumen, baju dan lainnya. Terdapat beberapa pilihan paket pengiriman JNE yang tersedia seperti JNE YES (yakin esok sampai/ 1 hari sampai), dan JNE OKE (pengiriman barang atau paket ukuran besar dan berat). Ongkos kirim atau ongkir yang dikenakan setiap pengiriman barang tergantung pada paket pengiriman yang dipilih dan berat/besarnya barang. Tarif JNE juga dipengaruhi jarak pengiriman. Keunggulan JNE lainnya adalah telah mendukung system online sehingga tracking paket JNE dapat dilakukan aplikasi atau website resminya dengan memasukkan nomor resi JNE pada pengiriman pengguna. pelanggan akan merasa loyal dan melakukan pengiriman ulang di JNE.

Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan (menurut lewis & booms,1983). Kualitas pelayanan dapat di artikan sebagai tingkat kepuasan pelanggan. Sedangkan tingkat kepuasan pelanggan dapat diperoleh dari perbandingan atas jenis layanan nyata yang di terima oleh pelanggan tersebut, dengan jenis layanan yang di harapkan. Kualitas pelayanan (service quality) adalah berfokus pada upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan

penyampiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan Menurut Tjiptono,2014.

Ketepatan waktu adalah 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, Menurut Handoko,2010. Ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang sangat penting karena mengingat pengiriman produk yang telah dipesan oleh pelanggan akan menjadi salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Waktu pengiriman merupakan jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Menurut Kotler & Keller, 2013

Tarif pengiriman adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk. Menurut tjiptono, 2014, tarif merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapat bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya adalah (produk, tempat, dan promosi) akan menyebabkan timbulnya biaya/pengeluaran.

Di berbagai media social (medsos) tidak jarang menemukan pelanggan JNE meluapkan kemarahannya dan diantara nya keluhan tersebut tak jarang juga banyak pelanggan yang mengatakan akan beralih ke jasa pengiriman pesaing. Dalam hal ini kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan tarif pengiriman berperan penting untuk menciptakan loyalitas pelanggan.

Kegagalan yang dirasakan pelanggan JNE membuat mereka tidak puas dan kecewa terhadap JNE dan melakukan komplain melalui layanan

customer care yang disediakan oleh JNE. Salah satu kegagalan yang dirasakan pelanggan JNE adalah keterlambatan datangnya paket yang tidak sesuai dijanjikan oleh pihak JNE.

Mengingat pentingnya kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman dan loyalitas terhadap kinerja karyawan JNE Cabang Bima, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan tarif pengiriman terhadap loyalitas pelanggan pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Bima, Kota Bima.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas layanan ,ketepatan waktu, tarif pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas ?
2. Apakah kualitas pelayanan, berpengaruh terhadap loyalitas?
3. Apakah ketepatan waktu berpengaruh terhadap loyalitas ?
4. Apakah tarif pengiriman berpengaruh terhadap loyalitas ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas layanan ,ketepatan waktu, tarif pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan, berpengaruh terhadap loyalitas

3. Untuk mengetahui dan menganalisis ketepatan waktu berpengaruh terhadap loyalitas
4. Untuk mengetahui dan menganalisis tariff pengiriman berpengaruh terhadap loyalitas

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi pengembangan IPTEK

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta edukasi keintelektual sehingga penelitian ini bisa digunakan sebagai sarana untuk mengkaji secara ilmiah tentang pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan tarif pengiriman terhadap loyalitas dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau rujukan bagi lembaga peneliti, perguruan tinggi maupun peneliti-peneliti selanjutnya.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan Tarif pengiriman, terhadap loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas
3. Ketepatan waktu berpengaruh terhadap loyalitas
4. Tarif pengiriman berpengaruh terhadap loyalitas

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan terdapat beberapa keterbatasan, antara lain:

- a. Penelitian ini hanya menggunakan kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan masih banyak variabel-variabel lain yang mempengaruhi loyalitas
- b. Penelitian ini hanya mengambil sampel dari Pengguna Ekspedisi JNE Cabang Bima. Semoga peneliti selanjutnya bisa mengambil study kasus ditempat lain sehingga hasil analisis bisa lebih akurat dan mendalam.

- c. Penggunaan kusioner menjadi keterbatasan pada penelitian ini, dikarenakan terkadang jawaban yang diberikan responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.

5.3 Saran

Pemberian pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, kepuasan pelanggan dan loyalitas penting untuk lebih ditingkatkan lagi guna mendapatkan hasil dan penerapan operasional perusahaan yang lebih bagus lagi.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil analisis yang sudah dijelaskan sebelumnya, sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan diharapkan lebih meningkatkan operasional dan melihat dan mempertimbangkan rata-rata terendah pada setiap variabel pengaruh ketepatan waktu dan tarif pengiriman.
2. Bagi peneliti selanjutnya bisa mengambil keterbatasan peneliti yaitu peneliti hanya menyebar melalui *google form* sehingga kurang maksimal dan menambah variabel yang belum ada yaitu selain pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, kepuasan pelanggan dan loyalitas guna menunjang kesempurnaan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Elisabeth, Melisa. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga ppengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan kartu as telkomseldi kota manado. FEB, universitasSam Ratulangi Manado.
- Aminah, Rafani, Y., Hariani. 2017. “Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan”. *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB)*. Vol 17, No.2.
- Anis Chariri dan Imam Ghozali. 2001. Teori akuntansi. Semarang:badan penerbit Universitas Diponegoro.
- A Parasuraman, Valerie, A. Z., Leonard. 1985. “A conceptual model of service quality and its implication for future research”. *Journal of marketing*. Volume 49.
- Apriyadi, D. 2017. Analisis pengaruh ketepatan waktu, fasilitas, dan harga tiket terhadap kepuasan penumpang kereta api di Stasiun Purwosari. *Magistra*.
- Arviantama, dkk. 2016. “Peningkatan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Untuk Kepuasan Pelanggan Agar Tercipta Loyalitas Pelanggan”. *Jurnal. Semarang. Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pandanaran*.
- Batara, A.A. 2003. Dasar-dasar pelayanan prima. Jakarta: PT. Elex media komputindo.
- Choerunnisa, S P, Rachma, N, Hatneny, A I. 2017. “Pengaruh pemulihan layanan terhadap loyalitas pelanggan jne express dengan kepuasan pelanggan

sebagai variabel intervening”. *e-jurnal riset manajemen prodi manajemen fakultas ekonomi unisma*.

Dennisa, E A dan Santoso, S B. 2016. Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (studi pada klinik kecantikan cosmedic semarang). *Diponegoro journal of management*. Vol. 5, (3), Hal. 4.

Evans, J.R. and Lidsay.W.M. 2005. *The management and control of quality, sixth edition , Singapore, thomson south western*.

Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23. Semarang : Badan penerbit universitas Diponegoro.

Grifiin, Jill. 2003. Customer loyalty: menumbuhkan dan mempertahankan pelanggan. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Hafizha, Abdurrahman dan Nurhayani 2019. ”Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol.2

Hani Handoko. 2010. manajemen personalia& sumberdaya manusia, Edisi kedua, BPFE UGM Yogyakarta.

Husein Umar. 2008. Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis. Jakarta: PT RahaGrafindopersada.

Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2008. Prinsip-prinsip manajemen. Edisi 14, jilid 1. Jakarta:Erlangga.

Kotler, dan Keller . 2012. Manajemen pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2008. Manajemen pemasaran Edisi 12 jilid 2. Jakarta: Indeks.

- Kurniawan, A., & Kusumawardhani, A. 2017. “Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja UMKM Batik di Pekalongan”. *Diponegoro Journal of Management*, 6 (4), 175-185.
- Mulya. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kinerja Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Kosumen Pada Jasa Pengiriman Barang JNE kota tegal kantor pusat”.
- Musanto, Trisno. 2004. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 6. pp. 123-136.
- Prasetyo. 2012. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan”. *Jurnal.Semarang.Universitas Negeri Semarang*.
- Ridwan. 2007 . Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Bandung : Alfabeta.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta : ANDI
- Sani, Achmad & Vivin Maharani. 2013. Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (teori, Kuesioner dan Analisis Data). Malang :UIN.
- Sugiyono. 2018. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. “SPSS Untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press”.
- Tjiptono, F. 2014. Branding & brand longevity di Indonesia. *Yogyakarta: Andi*