
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI OPTIMALISASI FASILITAS, TARIF, DAN KETEPATAN WAKTU: STUDI PADA PERUSAHAAN START-UP LOGISTIK

Kurbandi Satpatmantya BR¹, Langgeng Sri Handayani², Wening Ken Widodasih³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

Email: kurbandi.s@pelitabangsa.ac.id

Informasi Naskah	Abstrak
Diterima: 28-01-2025 Revisi: 29-01-2025 Terbit: 07-02-2025 Kata Kunci: Kepuasan pelanggan, fasilitas, tarif, dan ketepatan waktu	Industri pengiriman barang mengalami lonjakan pertumbuhan yang signifikan seiring dengan maraknya bisnis e-commerce di Indonesia. Perkembangan ini membuka peluang besar bagi perusahaan logistik untuk menjadi bagian penting dalam rantai distribusi. Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh fasilitas, tarif, dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada start-up logistik Paxel yang berada di Cikarang, yang semakin dikenal sebagai solusi inovatif dalam layanan ekspedisi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data yang diperoleh melalui kuesioner dari 96 responden, yang merupakan pengguna aktif layanan Paxel. Data dianalisis melalui uji validitas, reliabilitas, serta asumsi klasik sebelum diolah menggunakan uji regresi linier sederhana dengan software SPSS 24 untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa fasilitas dan ketepatan waktu pengiriman memberikan dampak positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Namun, variabel tarif tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan lebih mengutamakan kualitas layanan, khususnya terkait fasilitas dan ketepatan pengiriman, dibandingkan harga. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi Paxel dalam menyusun strategi layanan yang lebih efektif untuk memenangkan persaingan di industri logistik yang semakin kompetitif.
Keywords: Customer satisfaction, facilities, rates, and punctuality	Abstract <i>Forwarding industry has experienced a significant growth spurt along with the rise of e-commerce businesses in Indonesia. This development opens up great opportunities for logistics companies to become an important part of the distribution chain. This study focuses on the analysis of the influence of facilities, rates, and on-time delivery on customer satisfaction at the logistics start-up Paxel, which is increasingly recognized as an innovative solution in expedition services.</i> <i>The study used a quantitative approach with data obtained through questionnaires from 96 respondents, who are active users of Paxel services. The data were analyzed through validity, reliability, and classical assumption tests before being processed using a simple linear regression test with SPSS 24 software to test the research hypothesis. The results of the study revealed that facilities and on-time delivery had a positive and significant impact on customer satisfaction levels. However, the rate variable did not show a significant effect on satisfaction. These findings indicate that customers prioritize service quality, especially related to facilities and on-time delivery, over price. This study provides an important contribution for Paxel in developing a more effective service strategy to win the competition in the increasingly competitive logistics industry.</i>

PENDAHULUAN

Industri jasa pengiriman barang, atau yang sering disebut sebagai jasa ekspedisi, saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Pertumbuhan ini dipicu oleh kemajuan sektor e-commerce, yang semakin mendominasi aktivitas perdagangan di Indonesia. Tren ini membuka peluang besar bagi perusahaan logistik untuk berkontribusi secara strategis dalam proses distribusi barang dari produsen ke konsumen. Keberadaan penyedia jasa ekspedisi memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi arus distribusi barang ke berbagai wilayah. Peran utama dari penyedia jasa ekspedisi tidak hanya terbatas pada transportasi barang dari tempat asal ke tujuan, tetapi juga mencakup penyediaan akses layanan yang mendukung distribusi barang baik untuk wilayah lokal maupun antar daerah (Berliani et al., 2021).

Peluang bisnis logistik ini juga dimanfaatkan oleh sejumlah startup digital yang berfokus pada sektor logistik untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Startup-startup tersebut menawarkan solusi inovatif terhadap berbagai keluhan konsumen, seperti keterlambatan pengiriman, kerusakan paket, serta kurang optimalnya proses handling barang. Berdasarkan penelitian sebelumnya, estimasi waktu pengiriman sering kali menjadi indikator utama bagi konsumen untuk menilai kualitas layanan ekspedisi (Berliani et al., 2021). Selain itu, faktor lain seperti kualitas pelayanan, jaminan keamanan paket, dan kemudahan akses informasi status pengiriman juga menjadi pertimbangan penting dalam menentukan pilihan konsumen.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengulas berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam sektor jasa ekspedisi. Misalnya, Sulastris dan Wahyudi (2020) menemukan bahwa kualitas layanan dan kecepatan pengiriman menjadi penentu utama kepuasan pelanggan di industri logistik. Putra dan Amalia (2019) juga menunjukkan bahwa tarif yang kompetitif, ketepatan waktu pengiriman, dan pelayanan yang baik secara simultan memengaruhi tingkat kepuasan konsumen pada jasa ekspedisi berbasis digital. Sebaliknya, Utami dan Firdaus (2021) mengungkapkan bahwa ketidakjelasan informasi status pengiriman menjadi salah satu penyebab utama keluhan pelanggan, yang akhirnya memengaruhi loyalitas mereka terhadap penyedia layanan.

Salah satu faktor yang memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan jasa ekspedisi adalah fasilitas. Fasilitas yang memadai menjadi elemen penting dalam meningkatkan pengalaman pelanggan. Menurut Tjiptono dan Candra (2012), fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus tersedia sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas meliputi kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan yang dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam. Sebagai contoh, Oskar dan Tiurniari Purba (2020) menemukan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Amriyana Faradila Rizki Hidayati (2021) menemukan hasil sebaliknya, yakni fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Gupta et al. (2022) menekankan pentingnya kualitas informasi dalam layanan logistik. Pelanggan mengharapkan informasi yang komprehensif, tepat waktu, akurat, layak, dan kredibel mengenai transaksi pengiriman, termasuk detail lokasi yang akurat serta pembaruan waktu pengiriman atau informasi jika terjadi penundaan. Layanan logistik yang menyediakan informasi tepat dan akurat mencerminkan nilai informasi yang tinggi bagi pelanggan.

Studi yang dipublikasikan dalam Jurnal Ilmiah Teknik Industri (2020) menemukan bahwa citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa logistik. Citra merek yang positif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas mereka terhadap layanan logistik yang digunakan.

Wahyudi (2023) dan Erlangga et al. (2021) menemukan bahwa Kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator penting dalam hubungan antara ketepatan waktu dan loyalitas pelanggan. Dengan mencontohkan ketepatan waktu dalam layanan transportasi, seperti kereta MRT dan kereta bandara, dapat menciptakan kepuasan yang kemudian memengaruhi loyalitas pelanggan.

Dalam konteks pemasaran, harga atau tarif menjadi salah satu variabel penting yang menentukan keberhasilan perusahaan. Tarif yang kompetitif dan seimbang dengan kualitas layanan menjadi faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Denik Tri Wulandika, Tony Susilo Wibowo, dan Vieqi Rakhma (2019) menyatakan bahwa tarif pengiriman memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, penelitian lain oleh Tri Setia Ningtiyas (2019) menemukan bahwa persepsi harga secara parsial tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain fasilitas dan tarif, ketepatan waktu pengiriman juga menjadi variabel yang sangat menentukan kepuasan pelanggan. Rachmawati dan Prasetya (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman memiliki korelasi yang kuat dengan tingkat kepuasan pelanggan di industri jasa logistik, di mana konsumen cenderung memberikan apresiasi lebih terhadap perusahaan yang mampu memberikan layanan tepat waktu.

Berdasarkan berbagai hasil penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan temuan terkait pengaruh fasilitas, tarif, dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh fasilitas, tarif, dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada layanan start-up logistik Paxel. Adapun penelitian ini diberi judul: "Pengaruh Fasilitas, Tarif, dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Start-Up Logistik Paxel."

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Tinjauan Pustaka

Gupta et al. (2022) menekankan pentingnya kualitas informasi dalam layanan logistik. Pelanggan mengharapkan informasi yang komprehensif, tepat waktu, akurat, layak, dan kredibel mengenai transaksi pengiriman, termasuk detail lokasi yang akurat serta pembaruan waktu pengiriman atau informasi jika terjadi penundaan. Layanan logistik yang menyediakan informasi tepat dan akurat mencerminkan nilai informasi yang tinggi bagi pelanggan.

Studi yang dipublikasikan dalam Jurnal Ilmiah Teknik Industri (2020) menemukan bahwa citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan jasa logistik. Citra merek yang positif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas mereka terhadap layanan logistik yang digunakan.

Wahyudi (2023) dan Erlangga et al. (2021) menemukan bahwa Kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator penting dalam hubungan antara ketepatan waktu dan loyalitas pelanggan. Dengan mencontohkan ketepatan waktu dalam layanan transportasi, seperti kereta MRT dan kereta bandara, dapat menciptakan kepuasan yang kemudian memengaruhi loyalitas pelanggan.

Dalam konteks pemasaran, harga atau tarif menjadi salah satu variabel penting yang menentukan keberhasilan perusahaan. Tarif yang kompetitif dan seimbang dengan kualitas layanan menjadi faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Denik Tri Wulandika, Tony Susilo Wibowo, dan Vieqi Rakhma (2019) menyatakan bahwa tarif

pengiriman memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, penelitian lain oleh Tri Setia Ningtiyas (2019) menemukan bahwa persepsi harga secara parsial tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain fasilitas dan tarif, ketepatan waktu pengiriman juga menjadi variabel yang sangat menentukan kepuasan pelanggan. Rachmawati dan Prasetya (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman memiliki korelasi yang kuat dengan tingkat kepuasan pelanggan di industri jasa logistik, di mana konsumen cenderung memberikan apresiasi lebih terhadap perusahaan yang mampu memberikan layanan tepat waktu.

Berdasarkan berbagai hasil penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan temuan terkait pengaruh fasilitas, tarif, dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh fasilitas, tarif, dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada layanan start-up logistik Paxel. Adapun penelitian ini diberi judul: "Pengaruh Fasilitas, Tarif, dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Start-Up Logistik Paxel."

Pengembangan Hipotesis

H1: Fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H2: Tarif pengiriman berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H3: Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

METODOLOGI

JENIS PENELITIAN

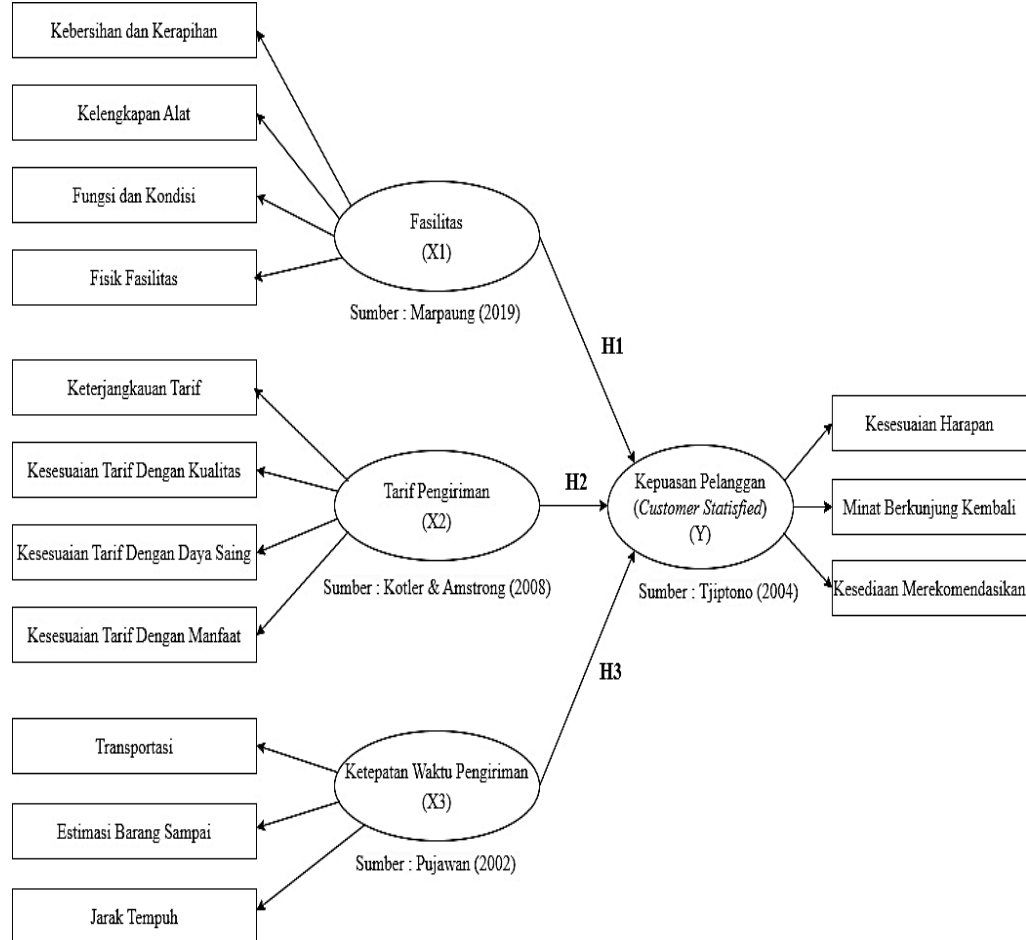
Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang mengandalkan data berbasis angka untuk menjelaskan fenomena yang diteliti. Menurut Musianto (2002), pendekatan kuantitatif mencakup seluruh tahapan penelitian, mulai dari perencanaan, pengumpulan data, pengujian hipotesis, analisis data, hingga penarikan kesimpulan, yang seluruhnya didasarkan pada pengukuran, perhitungan, penggunaan rumus, serta interpretasi data numerik.

Metode survei yang digunakan dalam penelitian ini memungkinkan pengumpulan data secara langsung dari responden melalui instrumen penelitian, seperti kuesioner. Metode ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan mengenai pengaruh fasilitas, tarif, dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada jasa start-up logistik Paxel. Teknik pengumpulan data yang digunakan memastikan bahwa hasil penelitian dapat dianalisis secara statistik untuk menghasilkan kesimpulan yang objektif dan dapat diuji secara empiris.

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen dari perusahaan jasa start up logistik paxel di daerah Cikarang. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik non-probability sampling, dan teknik pengumpulan data menggunakan accidental sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan ciri-cirinya (Damayanti et al., 2019). pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sejumlah 96 orang.

DESAIN PENELITIAN



Sumber: Peneliti, 2023

Gambar 1. Desain Penelitian

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif dengan bantuan software SPSS untuk melakukan perhitungan statistik. Metode analisis data yang digunakan mencakup beberapa tahapan.

Karakteristik Responden

Berdasarkan pada Jenis Kelamin, Persentase Responden dengan jenis kelamin laki laki memiliki jumlah yang lebih banyak yaitu sebesar 52% dibandingkan responden dengan jenis kelamin perempuan yang memiliki jumlah sebesar 48%.

Berdasarkan pada data Pendidikan, responden terdapat 3 kategori pendidikan. mayoritas responden berpendidikan S1 dengan jumlah presentase sebesar 62%, disusul dengan Pendidikan SMA / SMK 23%, dan Pendidikan D3 15%.

HASIL DAN PEMBAHASAN HIPOTESIS

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara r hitung dengan r tabel. Untuk mendapatkan r tabel dengan melakukan r product moment yaitu dengan rumus $df : 96 - 2 = 94$ orang sehingga memperoleh nilai r tabel sebesar 0,2006. Berdasarkan uji validitas diatas dapat dilihat bahwa seluruh instrument pernyataan yang terdapat pada variabel Fasilitas, Tarif dan Ketepatan Waktu Pengiriman menghasilkan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel 0,2006. Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner ini dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai pernyataan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui dan menetapkan instrumen berupa kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali dan relatif tidak berbeda walaupun digunakan kembali pada subjek yang sama. Kriteria variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,60$, hasil dari uji reliabilitas disajikan dalam tabel di bawah ini :

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbac's Alpha	Batas Cronbach's Alpha	Keterangan
Fasilitas	0,845	0,6	Reliabel
Tarif	0,876	0,6	Reliabel
Ketepatan Waktu Pengiriman	0,906	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,882	0,6	Reliabel

Sumber : Olah Data Primer Menggunakan SPSS 24, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas dengan menggunakan teknik Cronbach Alpha, menunjukan bahwa seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya memiliki distribusi yang normal . Apabila tingkat Asymp Sig. (2-Tailed) lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Tabel 2. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,61562710
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,056
	Negative	-,075
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Olah Data Primer Menggunakan SPSS 24, 2023

Berdasarkan hasil Uji Normalitas pada tabel di atas dengan metode Kolmogorov Smirnov, dari hasil pengujian diketahui bahwa nilai signifikansinya sebesar $0,200 > 0,05$ maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan Variance Inflation Factor (VIF) dan Nilai Tolerance dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Data tidak terjadi gejala multikolineritas , bila nilai $VIF < 10$ dan nilai Tolerance $> 0,1$
2. Data terjadi gejala multikolineritas , bila nilai $VIF > 10$ dan nilai tolerance $< 0,1$

Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini, disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

VARIABEL	Tolerance	VIF	Keterangan
Fasilitas	0,594	1,683	Tidak terjadi Multikolinearitas
Tarif	0,977	1,023	Tidak terjadi Multikolinearitas
Ketepatan Pengiriman Waktu	0,587	1,703	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber : Olah Data Primer Menggunakan SPSS 24

Uji Heterokedastisitas

Tujuan dari pengujian ini yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu ke pengamatan yang lainnya. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas, yaitu variance dari residual satu ke residual lainnya bersifat tetap (Ghozali, 2006).

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi semua variabel dependen $> 0,05$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variabel	Nilai Konstanta	Unstandardized Coefficients
Fasilitas	0,233	0,153
Tarif	0,233	0,002
Ketepatan Waktu	0,233	0,628

Sumber : Olah Data Primer Menggunakan SPSS 24

Dari hasil analisis regresi linear di atas diketahui persamaan regresi sebagai berikut :

1. Variabel fasilitas memiliki koefisien regresi yang positif sebesar 0,153. Artinya setiap variabel fasilitas meningkat sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kinerja kepuasan pelanggan sebesar 0,153 satuan dan berlaku juga sebaliknya, dengan asumsi variabel tarif dan ketepatan waktu pengiriman dalam keadaan konstan.
2. Variabel Tarif memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,002. Artinya setiap variabel tarif naik sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,002 satuan dan berlaku juga sebaliknya, dengan asumsi variabel fasilitas dan variabel ketepatan waktu pengiriman dalam keadaan konstan.
3. Variabel ketepatan waktu pengiriman memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,628. Artinya setiap kenaikan variabel ketepatan waktu pengiriman meningkat sebesar 1 satuan maka variabel kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,628 satuan. Dengan asumsi variabel fasilitas dan variabel tarif dalam keadaan konstan.

Uji T (Partial)

Hipotesis pada penelitian ini adalah :

1. Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Tarif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan
3. Ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu fasilitas , tarif dan ketepatan waktu pengiriman terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

Tabel 5. Hasil Uji T

Variabel	T Tabel	T Hitung
Fasilitas	1,66140	8,785
Tarif	1,66140	1.311
Ketepatan Waktu	1,66140	16.403

Sumber : Olah Data Primer Menggunakan SPSS 24

Dari persamaan tabel di atas hasil uji t pengaruh variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $8.785 > t_{tabel}$ sebesar 1,66140 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji t pengaruh variabel Tarif terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $1.311 < t_{tabel}$ sebesar 1,66140 dan nilai signifikan sebesar $0,058 < 0,05$, maka H_0 diterima dan H_2 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel tarif terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudian untuk hasil uji t pengaruh variabel ketepatan waktu kirim terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $16.403 > t_{tabel}$ sebesar 1,6614 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel ketepatan waktu kirim terhadap kepuasan pelanggan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis uji t menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar $8,875 > t_{tabel}$ sebesar 1,66140 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oskar dan Tiurniari Purba (2020) yang menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Cahaya Express.

Pengaruh Tarif terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis uji t menunjukkan bahwa pengaruh variabel tarif terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $1,311 < t_{tabel}$ sebesar $1,66140$ dan nilai signifikan sebesar $0,058 > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_2 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel tarif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya apabila harga yang ditentukan sudah baik belum tentu meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini berbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Denik Tri Wulandika, Tony Susilo Wibowo dan Vieqi Rakhma Wulan (2019) yang menunjukkan hasil bahwa bahwa tarif pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Lion Parcel cabang Gubeng Surabaya.

Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis uji t menunjukkan hasil bahwa variabel ketepatan waktu kirim terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $16,403 > t_{tabel}$ sebesar $1,6614$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel ketepatan waktu kirim terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Al Akbar, Muhajirin dan Puji Muniarty (2022) menunjukkan hasil bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen SAP Expres di Kota Bima.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis di atas menjawab rumusan masalah dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Fasilitas, Tarif dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Start Up Logistik Paxel” dapat dihasilkan kesimpulan bahwa Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Tarif tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Saran

Implikasi Penelitian

Perusahaan start-up logistik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui optimalisasi fasilitas, penetapan tarif yang kompetitif, dan memastikan ketepatan waktu dalam layanan mereka. Oleh karena itu dengan memperhatikan dimensi dimensi dari masing masing variable independent diatas, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan terhadap pelanggan.

Pada penelitian ini harus diakui bahwa penelitian ini dilakukan dengan sample yang tidak terlalu banyak, hanya sejumlah 96 responden, dengan responden berupa konsumen yang kebetulan bertemu dengan peneliti, sehingga kemungkinan bisa

berbeda hasil penelitiannya, apabila dilakukan dengan sample yang lebih banyak. Perlu dilakukan lagi penelitian pada Perusahaan start up Logistik yang lain, untuk mendapatkan suatu pedoman yang bisa berlaku untuk semua Perusahaan start up logistic. Juga sebaiknya dilakukan untuk penelitian pada variable yang lain, misalnya tentang Lokasi, pelayanan, dan yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, Rafani, Y., & Hariyani. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (Jpmb)*, 17(September), 49–61.
- Anggraini, R. A., & Arifin, M. (2021). Pengaruh Biaya Kirim dan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan PT . Anugerah Jelajah Indonesia Logistic di Surabaya. 1, 52–60.
- Berliani, A., Sunarwijaya, I. K., & Adiyandnya, M. S. P. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan. *Karya Riset Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 20–27.
- Damayanti, L. D., Suwena, K. R., & Haris, I. A. (2019). Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat (Ikm) Kantor Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 21. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20048>
- Dan, P., Tracking, F., Terhadap, S., & Jne, K. P. (2020). *Prosiding biema*. 1(1), 278–293.
- Eviani, I., & Hidayat, Y. R. (2021). Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 11–19. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>
- Fitriyah, F.-. (2021). Analisis Sistem Informasi Berbasis Website Pada Perusahaan Ekspedisi POS Indonesia, J&T Ekspres, dan JNE. *Jurnal Aplikasi Teknologi Informasi Dan Manajemen (JATIM)*, 2(1), 35–40. <https://doi.org/10.31102/jatim.v2i1.1054>
- Hardati, R. N. (2021). Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Gojek Kota Malang). 1, 74–83.
- Imansyah, I., & Irawan, H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Karaoke Inul Vizta Tanjung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(3), 319–329. <https://doi.org/10.35972/jieb.v4i3.236>
- Jaya Sakti, B., & Mahfuzh. (2018). PELANGGAN (Studi pada J&T Express Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

- Musianto, L. S. (2002). Perbedaan Pendekatan Kuantitatif Dengan Pendekatan Kualitatif Dalam Metode Penelitian. *Jurnal Manajemen Dan Wirausaha*, 4(2), 123–136. <https://doi.org/10.9744/jmk.4.2.pp.123-136>
- Pelayanan, K., Kepuasan, T., & Mt, M. (n.d.). *Pengaruh tarif pengiriman, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen lion parcel cabang gubeng surabaya*. 1–12.
- Pelayanan, P. K., Dan, F., & Terhadap, H. (2018). *Keputusan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Di Kantor Pos*. 1–8.
- Pelayanan, P. K., Waktu, K., Fasilitas, D. A. N., Kepuasan, T., & Pengiriman, T. (2019). *(Studi Kasus pada Pelanggan J & T Express Cabang Kota Sumbawa Besar)*. 2(1).
- Rekaman, J., Purba, T., Program, M., Manajemen, S., Batam, U. P., Program, D., Manajemen, S., & Batam, U. P. (2020). *Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt cahaya express di kota batam*. 4(2), 406–416.
- Satria, K., Prima, A., Express, S. A. P., & Kota, D. I. (2022). *Pengaruh harga dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen satria antaran prima (sap) express di kota bima*. 3(1), 18–30.
- Sosial, P. M., Pariwisata, E., Terhadap, P., Berkunjung, M., Gumuk, S., & Parangkusumo, P. (2021). *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung*. June. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i1.3851>
- Syahsudarmi, S. (2018). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Kopi Bengkalis Di Pekanbaru. *Journal Development*, 6(1), 47–60. <https://doi.org/10.53978/jd.v6i1.67>