



Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express Harjamukti

Fikih^{1*}, Pebi Kurniawan², Tedy Kustandi³

Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Cirebon^{1,2,3}

*Email Korespodensi: fikihla370099@gmail.com

Diterima: 20-08-2025 | Disetujui: 26-08-2025 | Diterbitkan: 28-08-2025

ABSTRACT

Shopee Express has been in the spotlight due to frequent delays in package delivery. This condition has led to many customer complaints regarding delays and service quality, which ultimately affects customer satisfaction. This study aims to determine and analyze the effect of on-time delivery and service quality on customer satisfaction at Shopee Express Harjamukti. This study uses a quantitative method with a descriptive approach. The sample in this study uses a random sampling technique with 93 respondents who are Shopee Express Harjamukti users. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis using SPSS 25. The results of the data processing on the on-time variable showed a t-value of 2.532 and a t-table of 1.98447 with a significance value of $0.013 < 0.05$. The results of the data processing on the customer satisfaction variable showed a t-value of 7.652 and a t-table of 1.98447 with a significance value of $0.00 < 0.05$. This indicates that on-time delivery and service quality influence customer satisfaction at Shopee Express Harjamukti. The independent variable influences the dependent variable by 72.1%, while the remaining 27.9% is influenced by other variables outside the study.

Keywords: On-Time Delivery, Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Shopee Express menjadi sorotan karena sering terlambat dalam pengiriman paket. Kondisi tersebut menimbulkan banyak keluhan pelanggan terkait keterlambatan dan kualitas layanan, yang akhirnya berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ketepatan waktu pengiriman serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Shopee Express Harjamukti. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik Random sampling dengan 93 responden pengguna Shopee Express Harjamukti. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan alat analisisnya adalah SPSS 25. Hasil olah data pada variabel ketepatan waktu nilai thitung (2,532) dan ttabel (1,98447) dengan nilai signifikansi $0,013 < 0,05$ dan hasil olah data pada variabel kepuasan pelanggan nilai thitung (7,652) dan ttabel (1,98447) dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Shopee Express Harjamukti. variabel bebas memberikan pengaruh terhadap variabel terikat sebesar 72,1% sedangkan sisanya 27,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata kunci: Ketepatan Waktu Pengiriman, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Fikih, Pebi Kurniawan, & Tedy Kustandi. (2025). Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express Harjamukti. *Indonesia Economic Journal*, 1(2), 1199-1212. <https://doi.org/10.63822/asx1ba26>

PENDAHULUAN

Penggunaan internet sangat membantu berjalannya para pebisnis. Salah satu faktor yang bermunculan dalam penyedia *website online* atau *market place*. Market place yang sangat banyak diminati adalah Shopee. Besar jumlah presentase penggunaan dan keikutsertaan pada Gen Z dalam menggunakan layanan pengiriman untuk pembelian online sebesar 88%, sisanya sebesar 12% diperuntukkan untuk kebutuhan pribadi. Begitupun sama yang dilakukan pada kaum milenial menggunakan layanan pengiriman untuk berbelanja online. (Redaksi 2023)

Tabel 1 Jumlah data pengiriman paket Shopee Express dari tahun 2022-2024.

Tahun	Jumlah
2022	45.891
2023	36.983
2024	25.203

Banyaknya pengiriman pada Shopee Express Harjamukti dari tahun 2022-2024 mengalami penurunan jumlah pengiriman. Pada tahun 2022 berjumlah 45.891 paket yang diterima dan harus dikirim, namun pada tahun 2023 mengalami penurunan lagi sebanyak 36.983 paket dan ditahun 2024 pun mengalami penurunan sebanyak 25.203 paket. Hal ini disebabkan Shopee Express terdapat pengiriman paket yang tidak sesuai dengan estimasi waktu yang telah ditentukan. Sehingga penjual di shopee tidak memiliki pilihan lain dan menyebabkan banyak pelanggan mengeluh atas ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan.

Para pengguna jasa pengiriman online Shopee Exprees, diantaranya pengiriman paket yang tidak sesuai waktu yang di janjikan berjumlah 113 paket berasal dari ajuan komplain beberapa pelanggan, paket hilang berjumlah 5, kemudian paket rusak berjumlah 3 paket. Ini dikarenakan buruknya kualitas pelayanan yang diberikan dan pengiriman barang yang tidak sesuai yang dijanjikan menyebabkan berkurangnya pengguna jasa pengiriman Shopee Express.

Permasalahan yang menjadi sorotan pada shopee express adalah hilangnya beberapa paket, keterlambatan waktu pada proses pengiriman, maka sering terjadi pelanggan mengalami retur otomatis dengan alasan pengiriman sedang overload. Jasa pengiriman shopee express merupakan keharusan yang digunakan untuk setiap pengguna dikarenakan sudah bersifat aktif secara otomatis oleh pihak shopee. Dengan begitu para pengguna tidak memiliki pilihan lain dan mendapatkan imbas komplain dari para pelanggan perihal kualitas pelayanan serta ketepatan waktu dalam pengiriman karena dapat menjadi faktor kurangnya dalam kepuasan terhadap pelanggan.

Variabel ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan diketahui nilai rata-rata yang menjawab 41,7% memberi jawaban sangat tidak setuju, 30,0% tidak setuju, 6,7% ragu-ragu, 13,3% setuju, 8,3% sangat setuju. Hal tersebut diduga karena dipengaruhi oleh ketepatan waktu pengiriman dan pengalaman yang kurang baik. Terutama pada pertanyaan " Estimasi yang diberikan Shopee Express Harjamukti sesuai dengan harapan pelanggan."

Variabel kualitas pelayanan diketahui nilai rata – rata yang menjawab sangat tidak setuju 43%, tidak setuju 19%, ragu – ragu 23%, 8% setuju dan 7% sangat setuju dengan pertanyaan – pertanyaan yang diajukan oleh penulis. Hal tersebut diduga karena dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Terutama

pada pertanyaan “ Karyawan Shopee Express Harjamukti memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan.” menunjukkan nilai sebanyak 43% menjawab sangat tidak setuju.

Variabel kepuasan pelanggan Shopee Express Harjamukti diketahui nilai rata-rata 43% memberi jawaban sangat tidak setuju, 19% tidak setuju, 23% menjawab ragu-ragu, 8% menjawab setuju dan 7% menjawab sangat setuju. Hal ini dipengaruhi dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh penulis, salah satunya ” Shopee Express Harjamukti memenuhi ekspektasi saya terhadap layanan jasa pengiriman online” menunjukkan nilai 50% menjawab sangat tidak setuju.

KAJIAN PUSTAKA

Ketepatan Waktu Pengiriman

Ketepatan waktu pengiriman adalah kesesuaian antara estimasi yang telah ditentukan dengan waktu barang sampai ke pelanggan. Hal ini menjadi faktor penting dalam kepuasan pelanggan karena keterlambatan dapat menimbulkan komplain. Faktor yang mempengaruhi ketepatan waktu meliputi pemilihan jasa transportasi dan jenis jalur pengiriman. Dimensi ketepatan waktu mencakup ketepatan kedatangan barang sesuai jadwal serta ketepatan dalam proses pengiriman.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama penentu kepuasan tersebut. Kualitas pelayanan mencakup kinerja perusahaan dalam memberikan layanan yang baik, sehingga dapat menumbuhkan rasa percaya dan kepuasan pelanggan. Faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan meliputi kesadaran pegawai, aturan kerja, organisasi, keterampilan pegawai, dan sarana pendukung. Adapun dimensinya terdiri dari keandalan, berwujud, ketanggapan, keyakinan, dan empati.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang muncul ketika harapan pelanggan terpenuhi melalui produk atau jasa yang diterima. Kepuasan ini penting bagi perusahaan karena dapat mendorong pembelian ulang dan meningkatkan daya saing. Faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan meliputi kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, aspek emosional (kepercayaan), dan biaya. Adapun dimensinya mencakup kesesuaian harapan, minat untuk kembali menggunakan produk/jasa, serta kesiapan merekomendasikan kepada orang lain.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis regresi linier berganda. Metode kuantitatif berfokus pada pengumpulan data yang dapat diukur secara numerik dan sering digunakan untuk menemukan pola, hubungan, atau memprediksi hasil. Jumlah sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu pengguna jasa shopee express harjamukti dari bulan januari 2025 sampai dengan april 2025 yaitu sebanyak 93 responden. Adapun alat analisis yang digunakan yaitu SPSS 25. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ketepatan waktu pengiriman serta kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Shopee Express Harjamukti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki – laki	57	56%
2	Perempuan	41	44%
Total		98	100%

Penelitian ini berjenis kelamin laki-laki sebanyak 57 atau 57% sedangkan yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 41 atau 44%

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 3 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Usia

No	Kelompok Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	20-30	56	55%
2	31-40	29	29%
3	41-50	12	12%
4	>51	1	4%
Total		98	100%

Penelitian ini berusia dengan rentang 20-30 tahun sebanyak 56 orang atau 55%, yang berusia dengan rentang 31-40 tahun sebanyak 29 orang atau 29%, yang berusia rentang 41-50 tahun sebanyak 12 orang atau 12%, dan yang berusia dengan rentang >51 tahun sebanyak 1 orang atau 4%

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Ibu Rumah Tangga	20	19%
2	Karyawan Swasta	23	23%
4	Wirausaha	25	24%
5	PNS	20	20%

6	Lainnya	10	14%
Total		98	100%

Penelitian ini yang memiliki pekerjaan ibu rumah tangga sebanyak 20 orang atau 19%, yang memiliki pekerjaan Karyawan Swasta sebanyak 23 orang atau 23%, yang memiliki pekerjaan wirausaha sebanyak 25 orang atau 24%, yang memiliki pekerjaan Pegawai Negri Sipil (PNS) sebanyak 20 orang atau 20%, yang memiliki pekerjaan lainnya sebanyak 10 orang atau 14%.

4. Uji Validitas

Tabel 5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-table	Keterangan
Ketepatan Waktu (X1)	X1.1	0.656	0.196	Valid
	X1.2	0.759	0.196	Valid
	X1.3	0.753	0.196	Valid
	X1.4	0.760	0.196	Valid
	X1.5	0.687	0.196	Valid
	X1.6	0.731	0.196	Valid
	X1.7	0.665	0.196	Valid
	X1.8	0.672	0.196	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0.808	0.196	Valid
	X2.2	0.776	0.196	Valid
	X2.3	0.817	0.196	Valid
	X2.4	0.713	0.196	Valid
	X2.5	0.855	0.196	Valid
	X2.6	0.732	0.196	Valid
	X2.7	0.708	0.196	Valid
	X2.8	0.459	0.196	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0.719	0.196	Valid
	Y2	0.813	0.196	Valid
	Y3	0.677	0.196	Valid
	Y4	0.847	0.196	Valid

Nilai r-hitung lebih besar dibandingkan r-tabel, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan mengenai variable Ketepatan Waktu (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) yang digunakan pada penelitian ini Adalah valid dan layak dianalisis.

5. Uji Reliabilitas

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Batas	Keterangan
1.	Ketepatan Waktu (X1)	0.774	0.60	Reliabel
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	0.778	0.60	Reliabel
3.	Kepuasan Pelanggan (Y)	0.804	0.60	Reliabel

Cronach Alpha untuk semua variable lebih >0.60. menurut data diatas dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian ini reliabel, karena Cronbach Alpha lebih besar dari nilai koefisien apha.

6. Uji Normalitas

**Tabel 7 Hasil Uji Normalitass
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,20189011
Most Extreme Differences	Absolute	,161
	Positive	,125
	Negative	-,161
Test Statistic		,161
Asymp. Sig. (2-tailed)		,162 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Nilai Sig diatas Adalah 0.162 dimana nilai ini lebih besar dari pada 0.05, ini artinya data sudah memenuhi asumsi normalitas dan data terdistribusi dengan normal.

7. Uji Multikolinieritas

**Tabel 8 Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,529	1,499		1,687	,095		
KETEPATAN WAKTU	,112	,044	,201	2,523	,013	,798	1,253
KUALITAS PELAYANAN	,316	,041	,609	7,652	,000	,798	1,253

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN
Coefficientsa

Uji multikolinearitas dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas, karena nilai VIF < 10 dan nilai toleransi lebih dari 0.1. Sehingga dapat disimpulkan data pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

8. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,529	1,499		1,687	,095
KETEPATAN WAKTU	,112	,044	,201	2,523	,013
KUALITAS PELAYANAN	,316	,041	,609	7,652	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN
Coefficients^a

1. Nilai konstanta dari hasil regresi sebesar 2,529 yang artinya bahwa apabila variable ketepatan waktu dan kualitas pelayanan dalam model tersebut di asumsikan memiliki nilai 0, maka angka kepuasan konsumen bernilai 2,529
2. Koefisien variable ketepatan waktu (X1) memberikan nilai sebesar 0,112 yang berarti bahwa jika variable ketepatan waktu (X1) mengalami kenaikan 1%, maka nilai variable kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan 0,112.
3. Koefisien variable kualitas pelayanan (X2) memberikan nilai sebesar 0,316 yang berarti bahwa jika variable kualitas pelayanan (X2) mengalami kenaikan 1%, maka nilai variable kepuasan pelanggan (Y) mengalami kenaikan 0,316.

9. Uji T

Tabel 10 Hasil Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,529	1,499		1,687	,095
KETEPATAN WAKTU	,112	,044	,201	2,523	,013
KUALITAS PELAYANAN	,316	,041	,609	7,652	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Nilai sig sebesar 0.000 (<0.05) maka berkesimpulan bahwa variable independent berpengaruh signifikan terhadap variable dependen. Note jika nilai sig tepat diangka 0.05 maka untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variable independent terhadap variable dependen bisa menggunakan perbandingan t-hitung dengan t-tabel.

10. Uji F

Tabel 11 Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	286,378	2	143,189	51,519	,000 ^b
	Residual	264,040	95	2,779		
	Total	550,418	97			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU

Nilai sig sebesar 0.000 (<0.05) maka berkesimpulan variable independent berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variable dependen.

11. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 12 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,721 ^a	,520	,510	1,66714

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Nilai koefisien determinasi Adjusted square (R) sebesar 0,510. Maka dapat disimpulkan bahwa 51% variasi variabel ketepatan waktu, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan Sementara sisanya sebesar 49% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain diluar model.

Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan (X1)

Pengaruh Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa pengiriman Shopee Express Harjamukti. Pengujian hipotesis ketepatan waktu dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel Ketepatan waktu memiliki nilai koefisien positif 0,112 maka nilai variable kepuasan konsumen (Y) mengalami kenaikan 0.112. Koefisien bernilai positif berarti hubungan positif antara variabel ketepatan waktu (X1) dengan variable kepuasan konsumen (Y). Semakin besar nilai variable ketepatan waktu (X1) maka semakin meningkat nilai variabel kepuasan konsumen (Y) tersebut. Hasil uji t pada variabel ketepatan waktu diperoleh nilai thitung (2,532) dan ttabel (1,98447) dengan nilai signifikansi $0,013 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga ketepatan waktu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Pelanggan. Dibuktikan dengan estimasi barang yang diterima mendapatkan nilai 3,96%, serta dengan rata-rata skor indikator pertanyaan 3,92%. Hal tersebut cukup memberikan kesan yang positif terhadap kepuasan Pelanggan. Ketepatan waktu pengiriman adalah waktu saat Pelanggan memesan sebuah produk sampai dengan konsumen tersebut menerima produk. Menurut (Melisari, Farida, and Millaningtyas 2022) adalah ketika pesanan

terkirim secara lengkap dan tepat pada waktu yang telah disepakati oleh konsumen dan toko sebelum tanggal yang disepakati. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Artati and Ernawati 2022) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada J&T Express Kota Bima” dengan hasil penelitian Hasil dari hipotesis H2 menyatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada J&T Kota Bima diterima.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (X2)

Pengujian hipotesis kualitas pelayanan dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien positif 0,316 yang berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X2) mengalami kenaikan 1%, maka nilai variabel kepuasan konsumen (Y) mengalami kenaikan 0,316. Koefisien bernilai positif berarti hubungan positif antara variabel kualitas pelayanan (X2) dengan variabel kepuasan konsumen (Y). Semakin besar nilai variabel kualitas pelayanan (X2) maka semakin meningkat nilai variabel kepuasan konsumen (Y) tersebut. Hasil uji t pada variabel ketepatan waktu diperoleh nilai thitung (7,652) dan ttabel (1,98447) dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Pelanggan. Dibuktikan dengan bukti fisik mendapatkan nilai rata-rata 3,97%. Hal tersebut cukup memberikan kesan yang positif terhadap kepuasan Pelanggan. Kualitas pelayanan juga merupakan kemampuan Perusahaan dalam memberikan layanan terbaik dan bermutu dibanding perusahaan yang lain dengan tujuan agar para konsumen tersebut dapat memberikan penilaian yang baik dengan kualitas pelayanan yang diperoleh (Abu Bakar 2017). Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sri Wahyuni Nasution dan Fitri Ayu Novirda (2020) dengan hasil uji hipotesis yang dilakukan dapat dikatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai peran terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis mengenai ketepatan waktu dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan Pelanggan pada jasa pengiriman Shopee Express Kota Cirebon. Pada Uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar (51,519) dan Ftabel (3,090) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Yang artinya bahwa hipotesis dalam penelitian tersebut H_0 ditolak dan H_1 diterima. Nilai koefisien determinan (R^2) pada penelitian sebesar 0,721 dapat dikatakan bahwa variabel bebas memberikan pengaruh terhadap variabel terikat sebesar 72,1% sedangkan sisanya 27,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

KESIMPULAN

Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji t dengan nilai thitung (2,532) > ttabel (1,98447) serta signifikansi $0,013 < 0,05$. Artinya, semakin tepat waktu pengiriman sesuai jadwal, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. Kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji t menunjukkan nilai thitung (7,652) > ttabel (1,98447) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga semakin baik kualitas pelayanan, semakin besar pula kepuasan pelanggan. Secara simultan, ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kontribusi sebesar 72,1%. Sementara itu, sisanya 27,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

SARAN

Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman

1. Shopee Express Harjamukti perlu memberikan respon dan informasi secara cepat apabila terjadi keterlambatan, sehingga pelanggan merasa lebih aman menggunakan layanan.
2. Estimasi waktu pengiriman harus diperhatikan dengan lebih teliti agar sesuai dengan yang dijanjikan.
3. Disarankan untuk terus meningkatkan ketepatan waktu pengiriman, bahkan dapat dipertimbangkan pemberian garansi bila terjadi keterlambatan.
4. Informasi terkait status dan waktu pengiriman barang perlu diperbaiki agar pelanggan lebih percaya terhadap keamanan barangnya.
5. Manajemen juga perlu meningkatkan kecepatan respon dalam memberikan informasi terkait proses pengiriman barang.

Variabel Kualitas Pelayanan

1. Perlu dilakukan pelatihan rutin bagi karyawan agar mampu memberikan pelayanan terbaik dan pengalaman positif kepada pelanggan.
2. Fasilitas kenyamanan seperti kursi dan meja di kantor layanan harus diperhatikan agar pelanggan merasa nyaman saat berkunjung.
3. Penampilan karyawan sebagai representasi perusahaan perlu ditingkatkan dan dijaga secara konsisten.
4. Evaluasi dan bimbingan rutin bagi karyawan penting dilakukan agar lebih cepat dan responsif dalam melayani kebutuhan pelanggan.
5. Shopee Express Harjamukti sebaiknya memberikan tanggapan yang cepat dan tepat terhadap keluhan pelanggan untuk meningkatkan kepercayaan dan kesan positif.

Variabel Kepuasan Pelanggan

1. Karyawan perlu lebih cermat dalam membuat estimasi waktu pengiriman agar keterlambatan dapat diminimalisir, sehingga kepuasan pelanggan meningkat.
2. Shopee Express Harjamukti disarankan untuk menjaga konsistensi layanan agar kualitas tetap terjamin dan pelanggan merasa puas.
3. Perusahaan dapat mempertimbangkan variasi harga serta pilihan layanan yang kompetitif untuk menarik pelanggan sekaligus menjaga kepercayaan dan loyalitas mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Afan Zaini, Ahmad. 2022. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Konsumen 'Warung Bek Mu 2' Banjarnayar Paciran Lamongan)."

- Pemasaran Jasa* 1, no. 1: 15.
- Al-Muchtar, Suwarma. 2015. *Dasar Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Gelar Pustaka Mandiri.
- Aliftian Nantigiri, Muhammad Haikal, Sri Handayani, and Veronica Veronica. 2021. "Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Bekasi Tahun 2021." *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik* 7, no. 2: 181–92. <https://doi.org/10.54324/j.mbt.v7i2.660>.
- Artati, Artati, and Sri Ernawati. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada J&T Express Kota Bima." *EQUILIBRIA: Jurnal Fakultas Ekonomi* 9, no. 1: 58–66. <https://doi.org/10.33373/jeq.v9i1.4262>.
- Berliana, Putri Nafira, Suharyati, and Tati Handayani. 2020. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Jne Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan)." *Prosiding Biema* 1, no. 1: 440–546.
- Dewantoro, Dikaprio, Aryani, Lina, Marzuki, Faisal. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE." *Journal Business Management, Economic, and Accounting National Seminar* 1, no. 1: 278–93.
- Dirgantini, Dini, Sarwoto. 2025. "PENGARUH KUALITAS LAYANAN PENGIRIMAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus Pengguna Layanan Ekspedisi Shopee Express)" 18, no. 1: 46–54.
- Djaali, Prof. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edited by Bunga Sari Fatmawati. 1st ed. Jakarta Timur: PT Bumi Aksara.
- Eviani, Intan, and Yusup Rachmat Hidayat. 2021. "Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi)." *Jurnal Manajemen Logistik* 1, no. 1: 11–19. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>.
- Kasinem, Kasinem. 2020. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat." *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 17, no. 4: 329. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i4.5096>.
- Krisna Gusti Putra. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE." *Journal Business Management, Economic, and Accounting National Seminar* 1, no. 1: 278–93.
- Kumrotin, Evi Laili, and Ari Susanti. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo." *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)* 6, no. 1: 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>.
- Mbupu, Febronia Theresia, Rangga, D.P Yoseph, Samosir Silawati Magdalena. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen." *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi* 1, no. 4: 449–54. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i4.151>.
- Melisari, Melisari, Eka Farida, and Restu Millaningtyas. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Kepercayaan Layanan J&T Express Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Marketplace (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma)." *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN* 1, no. 5: 41–49.
- Mujaki, Akhmad, Program Studi, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu, Sosial Dan, Ilmu Politik, and

- Universitas Yudharta Pasuruan. 2023. *Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Di Marketplace Shopee Yang Menggunakan Jasa Shopee Express Di Kota Pasuruan*.
- Pristiria, Riska Aidina, Kismartini Kismartini, and Ida Hayu Dwimawanti. 2022. "Faktor " Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik Di Kantor Pertanahan Kota Semarang." *Perspektif* 11, no. 2: 533–46. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i2.5897>.
- Putri, Nada Dwi Putri Dwi, Dewiana Novitasari, Teguh Yuwono, and Masduki Asbari. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Journal Of Communication Education* 15, no. 1: 1267–83. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>.
- Ramadhan, Danu. 2020. "Gambaran Umum Kecamatan Harjamukti Kota Cirebon." <Http://Ppid.Cirebonkota.Go.Id>. 2020.
- Redaksi. 2023. "Survei Populix : 88% Gen Z Indonesia Menggunakan Layanan Pengiriman Untuk Berbelanja Online." <Https://Csr-Indonesia.Com>. 2023.
- Riansyah, Okta, Reina Damayanti, Benny Usman, and Andri Eko Putra. 2018. "Analisis Kualitas Pelayanan Angkutan Umum (Transmudi) Melalui Kinerja Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Kota Palembang." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya* 15, no. 1: 49–61. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v15i1.5647>.
- Riyanto, Slamet., Hatmawan, Andhita Aglis. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Sleman: CV Budi Utama.
- Salahudin, Aji Hartono, and Juliansi. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Shopee Express." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 16, no. 2: 59–64. <https://doi.org/10.55049/jeb.v16i2.305>.
- Santoso, Imam. Madiistriyanto, Harries. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kota Tangerang: Indigo Media.
- Saparudin, Udin. n.d. *Manajemen Pemasaran*. Edited by Udin Saripudin. Pertama. Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG (Grup CV. Widina Media Utama).
- Septyarani, Tiara Azalia, and Nurhadi Nurhadi. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen* 7, no. 2: 218–27. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.15877>.
- Setyawati, Ria. 2023. "Volume . 19 Issue 1 (2023) Pages 57-63 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan Dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen The Effect of Service Quality on the Level of Custome" 1, no. 1: 57–63.
- Sismanto, Adi, and Aris Firdian Prayuda. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Cash on Delivery, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Discount Flash Sale Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Shopee." *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)* 4, no. 2: 121–29. <https://doi.org/10.61567/jmmib.v4i2.166>.
- Syafrida Hafni Sahir. 2022. *Buku Ini Di Tulis Oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta Di Lindungi Oleh Undang-Undang Telah Di Deposit Ke Repository UMA Pada Tanggal 27 Januari 2022*.
- Syahfitri, Mega Naliyah, and Danang Kusnanto. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal." *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4, no. 2:

- 216–37. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.567>.
- Syuryatman Desri Habibullah. 2024. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, JNE” 8, no. 1.
- Telkomsel. 2024. “Shopee Express: Pengertian, Layanan Dan Keuntungan.” <https://www.telkomsel.com>. 2024.
- Umsyiah, Aisyah Ainun, Arifin, Rois, Arsyianto M Tody. 2023. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Malang)” 12, no. 02: 221–32.
- Utomo, Wahyu Tri, and Febrianur Ibnu Fitroh Sukono Putra. 2024. “Pengaruh Tarif Pengiriman, Kualitas Pelayanan, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Semarang.” *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1: 41–52. <https://doi.org/10.30787/jiemb.v2i1.1408>.
- Viola, Errie Margery, and Seri. 2023. “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Word of Mouth Terhadap Minat Pembelian Konsumen Mobil Honda PT. Istana Deli Kejayaan (IDK2) Medan.” *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 1, no. 2: 135–45. <https://doi.org/10.51622/jbm.v1i2.1991>.
- Zahra, Surti, Yoga Andred Dana Tirta, and Tubagus Agus Khoironi. 2022. “Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang Shopee Express Di Kota Serang.” *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)* 2, no. 1: 109–22. <https://doi.org/10.46306/ncabet.v2i1.71>.