

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat J&T Express

Perkembangan teknologi informasi menjadi landasan bagi perusahaan pengiriman ekspres PT. J&T Express yang merupakan singkatan dari PT. Ekspres Teknologi Jet Global. Mereka menawarkan layanan pengiriman lokal dan internasional ke setiap bagian kota, khususnya untuk perusahaan e-commerce. Organisasi ini bermaksud untuk memperluas cakupannya secara progresif dengan terlebih dahulu berkonsentrasi pada pasar Indonesia sebelum melanjutkan ke negara lain di Asia Tenggara. J&T Express mendirikan kantor pusatnya di Pluit, Jakarta Utara, pada tanggal 20 Agustus 2015. Mr. Jet Lee, CEO J&T Express, mengawasi pertemuan pertama untuk memulai latihan team building di Indonesia. Jajaran Direksi, staf, manajer regional, dan pengunjung terkemuka lainnya dari mitra J&T Express hadir dalam acara tersebut.

J&T Express berharap dapat menjadi pilihan utama masyarakat meski merupakan pendatang baru di pasar ekspres Indonesia. Mereka mengandalkan layanan yang bertanggung jawab sebagai bagian dari misi perusahaan, inovasi teknologi dalam metode pengiriman, dan memberikan kualitas terbaik dengan biaya yang wajar. J&T Express memperkenalkan inovasi seperti Agen J&T Express yang dimiliki oleh perorangan untuk menjawab kebutuhan layanan. Pusat perbelanjaan Pakuwon Trade Center (PTC) Surabaya menjadi salah satu lokasi agen sebagai jawaban atas meningkatnya permintaan akan layanan pengiriman produk. J&T Express PTC Mall menyediakan berbagai pilihan paket pengiriman, antara lain pengiriman standar yang diperkirakan memakan waktu 3-6 hari tergantung jarak pengiriman, dan pengiriman

ekspres yang diperkirakan sampai dalam 1 hari. Berat dan ukuran barang, jenis kotak pengiriman, dan jarak pengiriman semuanya mempengaruhi ongkos kirim atau biaya pengiriman. Selain itu, J&T Express memberikan dukungan melalui sistem pelacakan paket online yang dapat diakses pada aplikasi dan website dengan memberikan nomor resi.

4.1.2 Visi & Misi J&T Express

1. Visi J&T Express

Mengembangkan dan memperluas bisnis jasa kurir/kargo dengan manajemen risiko yang dapat diandalkan, menjadikan diri Anda sebagai pemimpin yang dikagumi di Indonesia, dan mendukung kesejahteraan daerah-daerah miskin.

2. Misi J&T Express

- a. Mengirimkan barang atau menyediakan jasa transportasi ke seluruh wilayah Indonesia dengan tetap mengutamakan kebutuhan pelanggan.
- b. Melaksanakan operasi bisnis yang menumbuhkan suasana kerja di mana komunitas perusahaan dapat memberikan kontribusi terbaik terhadap perluasan dan keberlanjutan perusahaan.
- c. Mengoperasikan perusahaan jasa kurir atau pengiriman barang dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip manajemen risiko moral untuk meningkatkan nilai pemegang saham.
- d. Melakukan pendekatan proaktif untuk memajukan perekonomian negara.
- e. Berkomitmen pada pekerjaan saya, berkembang bersama klien saya, dan menghasilkan modal untuk keuntungan pemegang saham.
- f. Memberikan bantuan kepada daerah tertinggal dan panti asuhan dalam rangka membantu pemerintah dalam mengurangi kemiskinan.
- g. Menawarkan kesempatan kerja kepada masyarakat umum yang memenuhi persyaratan peraturan untuk memaksimalkan pendapatan, dengan penekanan pada masyarakat kelas menengah ke bawah.
- h. Membantu pemerintah dalam meningkatkan perekonomian bangsa dengan menyediakan komoditas kebutuhan masyarakat dengan harga terjangkau hingga ke

daerah-daerah terpencil.

4.1.3 Produk & Layanan J&T Express

1. J&T EZ (Setiap hari, kurang lebih dua hingga tiga hari, seluruh Indonesia)
2. J&T ECO (Ekonomis; estimasi 4–14 hari)
3. J&T SUPER (Super; diharapkan dalam satu hingga dua hari).

4.1.4 Lokasi J&T Express PTC Surabaya

J&T Express PTC Surabaya berlokasi di lantai LG Unit A3-21, Jalan Puncak Indah Lontar, Babatan, Wiyung, Kota Surabaya, Jawa Timur 60216, Indonesia, di pusat perbelanjaan Pakuwon Trade Center Mall (PTC).

4.1.5 Kegiatan J&T Express PTC Surabaya

Salah satu bisnis yang khusus menawarkan layanan pengiriman produk adalah J&T Express PTC Surabaya. Mereka menerima pesanan untuk pengiriman dan menerima barang dagangan dari klien yang menggunakan layanan mereka.

Jam Operasional :

- a. Senin: 10:00 AM - 8:30 PM
- b. Selasa: 10:00 AM - 8:30 PM
- c. Rabu: 10:00 AM - 8:30 PM
- d. Kamis: 10:00 AM - 8:30 PM
- e. Jumat: 10:00 AM - 8:30 PM

- f. Sabtu: 10:00 AM - 8:30 PM
- g. Minggu: 10:00 AM - 7:00 PM

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Karakteristik Responden

Karena memberikan gambaran umum tentang ciri-ciri masing-masing responden, data responden sangatlah penting. Responden yang pernah mengunjungi atau memanfaatkan layanan J&T Express PTC Surabaya berhak untuk mengisi kuesioner dalam konteks penelitian ini. Total empat puluh kuesioner diperoleh sebagai sampel. Tiga kriteria utama yang dipertimbangkan selama proses pengumpulan data: The respondent's age, gender, and if they have ever visited J&T Express PTC Surabaya. Google Form digunakan untuk menyebarkan kuesioner secara online (QR). Mereka yang pernah mengunjungi J&T Express PTC Surabaya dan berusia minimal 17 tahun merupakan responden yang terpilih. Purposive sampling adalah pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

4.2.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Tabel berikut mencantumkan karakteristik responden penelitian:

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	Perempuan	30	75%
2.	Laki – laki	10	25%

Sumber : Jawaban Kuesioner Responden 2023

Terlihat dari data pada Tabel 4.1 bahwa perempuan merupakan peserta penelitian yang terbanyak berjumlah 30 orang, atau sekitar 75%, sedangkan laki-laki berjumlah 10 orang, atau sekitar 25%. Mayoritas responden adalah perempuan, dan Ini

mungkin salah satu elemen yang menyebabkan jumlah responden meningkat.

Tabel 4. 2 Tabel Data Usia Responden

No.	Usia	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	17 - 25 tahun	17	42,5%
2.	26 – 35 tahun	14	35%
3.	36 – 45 tahun	4	10%
4.	46 – 55 tahun	2	5%
5.	56 – 65 tahun	3	7,5%
6.	>65 tahun	0	0

Sumber : Jawaban Kuesioner Responden 2023

Dari sisi kesehatan, sebagian besar responden pada kategori usia, sebagaimana ditunjukkan pada data pada Tabel 4.2, berusia antara 17 dan 25 tahun. Jumlah ini mewakili 17 orang atau sekitar 42,5% dari total responden. Di samping itu, kelompok usia 26-30 tahun memiliki jumlah 14 orang dengan persentase sekitar 35%, Empat orang dalam kategori usia 36–45 tahun memiliki persentase sekitar 10%; dua orang dalam kelompok umur 46–55 tahun memiliki persentase sekitar 5%; dan tiga orang dewasa berusia 56 - 65 tahun memiliki angka sekitar 7,5%, sementara kelompok usia >65 tahun tidak memiliki responden dengan persentase 0%.

Tabel 4. 3 Frekuensi Kunjungan

No.	Frekuensi	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	1 kali	1	2,5%
2.	2 – 4 kali	13	32,5%
3.	>4 kali	26	65%

Sumber : Jawaban Kuesioner Responden 2023

Berdasarkan data dalam Tabel 4.3, istilah "responden" dalam konteks ini merujuk kepada pelanggan yang telah mengunjungi dan melakukan pembelian jasa di J&T Express PTC Surabaya. Dari keseluruhan responden, yang memberikan jawaban 1 kali berjumlah 1 orang dengan presentase sekitar 2,5%, sementara responden yang memberikan jawaban 2–4 kali mencapai 13 orang dengan presentase sekitar 32,5%, dan responden yang memberikan jawaban >4 kali berjumlah 26 orang dengan presentase sekitar 65%.

Tabel 4. 4 Pendapatan Responden

No.	Pendapatan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	<Rp 2.500.000	7	17,5%
2.	Rp 3.500.000 – Rp 4.500.000	17	42,5%
3.	>Rp 4.500.000	16	40%

Sumber : Jawaban Kuesioner Responden 2023

Tujuh responden atau sekitar 17,5% memberikan balasan dengan pendapatan kurang dari Rp. 2.500.000, sesuai Tabel 4.4 yang merinci pendapatan responden. Sementara itu, sebanyak 17 responden atau sekitar 42,5% dari total responden melaporkan melaporkan pendapatan antara Rp3.500.000 dan Rp4.500.000, dengan 16 responden, atau hampir 40% dari total, melaporkan pendapatan lebih dari Rp. 4.500.000.

4.2.2 Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian

Pertimbangan mengenai distribusi kuesioner dalam penelitian ini melibatkan pengelompokan rata-rata tanggapan dari responden terhadap setiap indikator pertanyaan yang diajukan. Formula yang digunakan untuk menetapkan rentang kelas adalah sebagai berikut:

$$C_i = \frac{R}{K}$$

Sumber : Algifari (1994)

$$C_i = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dimana ;

C_i = interval kelas

R = selisih nilai data tertinggi dengan nilai data terendah (Range)

K = jumlah kelas

Oleh karena itu, ditetapkan batasan nilai setiap kelas kategori sebagai berikut sebagai tahap evaluasi:

Tabel 4. 5 Kategori Mean Masing-masing Variabel

INTERVAL	KATEGORI
$4,20 < a \leq 5,00$	sangat setuju (SS)
$3,40 < a \leq 4,20$	setuju (S)
$2,60 < a \leq 3,40$	netral (N)
$1,80 < a \leq 2,60$	tidak setuju (TS)
$1,00 < a \leq 1,80$	sangat tidak setuju (STS)

Sumber : Sugiyono (2018)

4.2.2.1 Analisa Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X1)

Lima indikator dan dua puluh lima pertanyaan berskala Likert digunakan dalam

mempelajari analisis variabel yang berhubungan dengan kualitas pelayanan (X1). Tabel di bawah ini menampilkan hasil variabel-variabel yang berkaitan dengan kualitas layanan:

Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X1)

No.	Pernyataan	Jawaban					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
Bukti Fisik							
1.	Tampilan dan Interior bangunan J&T <i>Express</i> menarik	0	4	2	28	6	3,9
2.	Gedung J&T <i>Express</i> bersih dan rapi			1	12	27	4,15
3.	Sarana parker luas			1	12	27	4,65
4.	Peralatan dan perlengkapan yang digunakan mendukung pelayanan.				23	17	4,43
5.	Pegawai J&T <i>Express</i> berpenampilan bersih, rapi dan menarik			2	27	11	4,22
Kehandalan							
6.	Pegawai memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan				21	19	4,47
7.	Pegawai mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan				19	21	4,53
8.	Pengiriman paket yang dilakukan selalu cepat dan tepat waktu			1	10	29	4,7
9.	Ketepatan waktu pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan.				12	28	4,7

10.	Pegawai mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan				18	22	4,55
-----	---	--	--	--	----	----	------

Daya Tanggap							
11.	Pegawai mampu melayani pelanggan dengan cepat				19	21	4,53
12.	Pegawai dapat menangani keluhan pelanggan dengan baik				18	22	4,55
13.	Pegawai selalu bersedia membantu menyelesaikan kesulitan pelanggan				19	21	4,53
14.	Pegawai memberi solusi terhadap keluhan pelanggan				22	18	4,45
15.	Pegawai cepat merespon pelanggan yang datang.			1	23	16	4,38
Jaminan							
16.	Pegawai ramah dan sopan dalam melayani konsumen				24	16	4,4
17.	Pegawai memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami			1	18	21	4,5

18.	Perusahaan membuat konsumen merasa aman dan percaya pada barang yang dikirimkan				7	33	4,83
19.	Pegawai mempunyai pengetahuan yang luas				21	19	4,47
20.	Perusahaan menjamin keamanan terhadap barang yang dikirimkan.				11	29	4,72
Empati							
21.	Pegawai selalu mengutamakan kepentingan konsumen				11	29	4,72
22.	Pegawai dapat merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan konsumen				13	27	4,68
23.	Pegawai dapat menciptakan komunikasi yang baik kepada konsumen				16	24	4,6
24.	Pegawai memberikan perhatian baik secara personal maupun individu terhadap konsumen			2	20	18	4,4

25.	Pegawai mengerti keinginan para konsumen			3	14	23	4,5
-----	--	--	--	---	----	----	-----

Sumber : Jawaban responden yang diolah (2023)

Rata-rata tanggapan responden terhadap proposisi pertama dan kedua adalah antara $3,40 < a \leq 4,20$ seperti terlihat pada Tabel 4.6. Hal ini menunjukkan bahwa responden (S) terhadap pernyataan tentang atribut pelayanan berkualitas tinggi (X1) secara umum menyatakan setuju.

Rata-rata tanggapan responden terhadap pernyataan ketiga sampai kedua puluh lima berkisar antara 4,20 hingga 5,00. Data menunjukkan bahwa sebagian besar peserta menyatakan sangat setuju (SS) terhadap pernyataan dan ukuran kualitas layanan (X1).

4.2.2.2 Analisa Responden Terhadap Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)

Tiga indikator dan dua puluh satu pertanyaan berskala Likert digunakan dalam analisis penelitian yang berkaitan dengan variabel ketepatan waktu pengiriman (X2). Tabel yang menunjukkan hasil untuk variabel "pengiriman tepat waktu" ditunjukkan di bawah ini:

Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)

No.	Pernyataan	Jawaban					Total	Mean
		STS	TS	N	S	SS		
Pengiriman Produk								
1.	Paket yang dikirimkan J&T Express tepat waktu sesuai dengan estimasi waktu pengiriman			1	5	34	40	4,83

2.	Paket yang dikirimkan J&T <i>Express</i> jarang mengalami keterlambatan pengiriman			1	8	31	40	4,75
3.	Jasa pengiriman J&T <i>Express</i> memenuhi harapan saya dalam ketepatan waktu pengiriman				10	30	40	4,75
4.	Pengiriman paket lebih cepat dari waktu yang telah ditentukan karena waktu operasional J&T <i>Express</i> selama 365 hari tanpa libur			1	13	26	40	4,63
5.	Saya merasa pengiriman di J&T <i>Express</i> sudah sangat sesuai ketentuan				11	29	40	4,72
6.	Saya merasa puas dengan				10	30	40	4,75

	pengiriman paket di <i>J&T Express</i>							
7.	Kurir <i>J&T Express</i> mau mengirimkan barang walaupun diluar jam kerja	3	11	1	13	12	40	3,5
Informasi								
8.	Karyawan <i>J&T Express</i> melakukan <i>input</i> (pencatatan) secara tepat dan akurat			1	17	22	40	4,53
9.	<i>J&T Express</i> dapat memberikan informasi pengiriman paket secara cepat				11	29	40	4,72
10.	Informasi layanan paket dapat saya akses dengan mudah				7	33	40	4,83
11.	Informasi yang diberikan <i>J&T Express</i> lengkap dan detail				8	32	40	4,8
12.	Informasi yang diberikan <i>J&T Express</i> mudah dipahami				5	35	40	4,88
13.	Saya merasa puas dengan informasi yang diberikan				7	33	40	4,83
14.	Saya dapat memahami konten informasi yang ada di <i>J&T Express</i>				10	30	40	4,75

Pelayanan								
15.	Layanan pengiriman dan penjemputan paket J&T Express dilakukan secara tepat waktu			1	9	30	40	4,72
16.	Karyawan J&T <i>Express</i> dapat menjawab pertanyaan keberadaan paket dengan cepat dan akurat				12	28	40	4,7
17.	Respon yang dilakukan karyawan J&T <i>Express</i> dengan baik apabila terdapat complain dan saran				22	28	40	4,45
18.	Karyawan J&T <i>Express</i> selalu bersedia membantu pelanggan yang membutuhkan			1	18	21	40	4,5
19.	Pelayanan J&T <i>Express</i> memuaskan sesuai dengan harapan saya				17	23	40	4,58
20.	Saya puas dengan kinerja karyawan yang responsif				16	24	40	4,6
21.	J&T <i>Express</i> selalu mengutamakan keamanan barang yang dikirim		1		7	32	40	4,75

Sumber : Jawaban responden yang diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.7, rata-rata tanggapan partisipan terhadap pernyataan ketujuh berada pada kisaran $3,40 < a \leq 4,20$. Hal ini menunjukkan bahwa pada variabel pengiriman tepat waktu (X2), responden (S) sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Dengan pengecualian item ketujuh, rata-rata jawaban responden untuk dua puluh satu pernyataan pertama berkisar antara 4,20 hingga 5,00. Hal ini terlihat dari mayoritas responden yang memberikan komentar tersebut terkait dengan pernyataan Sangat Setuju (SS) yang diberikan pada variabel pengiriman tepat waktu (X2).

4.2.2.3 Analisa Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)

Berdasarkan temuan distribusi, jawaban responden terhadap kuesioner kepuasan pelanggan (Z) disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)

No.	Pernyataan	Jawaban					Total	Mean
		STS	TS	N	S	SS		
Kesesuaian harapan								
1.	Kepuasan terhadap jasa yang diberikan <i>J&T Express</i>				11	29	40	4,7
2.	Barang yang diterima dari Ekspedisi <i>J&T Express</i> tidak pernah tertukar dengan barang yang dipesan orang lain				6	34	40	4,8

Minat Berkunjung Kembali								
3.	Saya akan menggunakan jasa <i>J&T Express</i> jika akan melakukan pengiriman/memesan barang kembali				11	29	40	4,7
Kesediaan Merekomendasi								
4.	Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain kalau jasa yang diberikan <i>J&T Express</i> itu tidak akan mengecewakan				12	28	40	4,7
5.	Merekomendasikan jasa pengiriman <i>J&T Express</i> kepada teman karena fasilitas yang disediakan memadai				19	21	40	4,5

Sumber : Jawaban responden yang diolah (2023)

Rata-rata tanggapan responden terhadap setiap pernyataan berada pada kisaran $4,20 < a \leq 5,00$, sesuai Tabel 4.9. Hal ini menunjukkan bahwa untuk ukuran kepuasan pelanggan (Z), responden secara umum menyatakan sangat setuju (SS) terhadap pernyataan yang disampaikan.

4.2.2.4 Analisa Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Tabel berikut menunjukkan tanggapan lengkap responden terhadap kuesioner loyalitas pelanggan (Y), berdasarkan hasil survei:

Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

No.	Pertanyaan	Jawaban					Total	Mean
		STS	TS	N	S	SS		
Pembelian Ulang								
1.	Saya akan kembali berlanggan dengan jasa pengiriman J&T <i>Express</i>				10	30	40	4,75
Kebiasaan Mengonsumsi Merek								
2.	Saya akan selalu menggunakan J&T <i>Express</i> dalam layanan jasa pengiriman			1	13	26	40	4,6
Rasa Suka Yang Besar Pada Merek								
3.	Saya selalu menyukai kecepatan waktu pengiriman jasa pengiriman J&T <i>Express</i>				9	31	40	4,6
Ketepatan Pada Merek								
4.	Saya akan tetap menggunakan jasa pengiriman J&T <i>Express</i> meskipun ada tawaran layanan lain yang disediakan oleh pesaing			1	15	24	40	4,5
Keyakinan Bahwa Merek Tertentu Merek Yang Terbaik								
5.	Saya yakin kecepatan pengiriman J&T <i>Express</i> merupakan yang terbaik				17	23	40	4,6

Perekomendasi Merek Pada Orang Lain								
6.	Saya akan selalu merekomendasikan jasa pengiriman J&T <i>Express</i> kepada saudara dan orang lain				18	22	40	4,55

Sumber : Jawaban responden yang diolah (2023)

Tabel 4.8 menampilkan kisaran rata-rata tanggapan dari $4,20 < a \leq 5,00$ untuk seluruh responden. Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa sebagian besar partisipan sangat setuju (SS) dengan pernyataan mengenai sejauh mana loyalitas klien (Y).

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Uji Instrumen

4.3.3.1 Uji Validitas

Mengevaluasi tingkat validitas atau legitimasi instrumen penelitian merupakan tujuan dari uji validitas (Arikunto, 2020). Pendekatan korelasi Pearson dapat digunakan untuk menguji korelasi setiap pertanyaan dan mengevaluasi validitas dengan menetapkan kriteria signifikan kurang dari 0,05 (Syarifudin dan Saudi, 2022). Selain itu, Sugiyono (2013) menegaskan bahwa sekelompok pertanyaan memerlukan nilai korelasi lebih besar dari 0,3 agar dianggap otentik.

Tabel di bawah ini mencantumkan hasil uji validasi variabel Kualitas Pelayanan (X1), Ketepatan Waktu Pengiriman (X2), Kepuasan Pelanggan (Z), dan Loyalitas Pelanggan (Y):

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Korelasi Pearson	Signifikansi	Keterangan
------------	------------------	--------------	------------

Kualitas Pelayanan (X1)	1	0,427	0,000	Valid
	2	0,375	0,000	Valid
	3	0,158	0,000	Tidak Valid
	4	0,347	0,000	Valid
	5	0,499	0,000	Valid
	6	0,394	0,000	Valid
	7	0,578	0,000	Valid
	8	0,422	0,000	Valid
	9	0,550	0,000	Valid
	10	0,568	0,000	Valid
	11	0,504	0,000	Valid
	12	0,406	0,000	Valid
	13	0,467	0,000	Valid
	14	0,592	0,000	Valid
	15	0,626	0,000	Valid
	16	0,519	0,000	Valid

	17	0,658	0,000	Valid
	18	0,463	0,000	Valid
	18	0,564	0,000	Valid
	20	0,807	0,000	Valid
	21	0,725	0,000	Valid
	22	0,668	0,000	Valid
	23	0,666	0,000	Valid
	24	0,613	0,000	Valid
	25	0,750	0,000	Valid
	1	0,470	0,000	Valid
	2	0,533	0,000	Valid
	3	0,466	0,000	Valid
Ketepatan	4	0,610	0,000	Valid
Waktu	5	0,662	0,000	Valid
Pengiriman	6	0,533	0,000	Valid
(X2)	7	0,364	0,000	Valid
	8	0,779	0,000	Valid
	9	0,690	0,000	Valid
	10	0,556	0,000	Valid
	11	0,482	0,000	Valid
	12	0,525	0,000	Valid

	13	0,622	0,000	Valid
	14	0,427	0,000	Valid
	15	0,675	0,000	Valid
	16	0,686	0,000	Valid
	17	0,703	0,000	Valid
	18	0,607	0,000	Valid
	19	0,659	0,000	Valid
	20	0,643	0,000	Valid
	21	0,497	0,000	Valid
Kepuasan	1	0,567	0,000	Valid
Pelanggan (Z)	2	0,523	0,000	Valid
	3	0,691	0,000	Valid
	4	0,774	0,000	Valid
	5	0,514	0,000	Valid
Loyalitas	1	0,713	0,000	Valid
Pelanggan (Y)	2	0,889	0,000	Valid
	3	0,587	0,000	Valid
	4	0,907	0,000	Valid
	5	0,777	0,000	Valid
	6	0,812	0,000	Valid

Sumber : Olah data (2023)

Penilaian validitas setiap pernyataan instrumen untuk variabel-variabel dalam kuesioner Kualitas Pelayanan (X1), Ketepatan Waktu Pengiriman (X2), Kepuasan Pelanggan (Z), dan Loyalitas Pelanggan (Y) ditunjukkan pada Tabel 4.10 di atas. Hal ini terjadi karena setiap pertanyaan memenuhi kriteria validitas yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 dan nilai korelasi Pearson minimal 0,3.

4.3.3.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa skor reliabilitas yang lebih tinggi dari 0,6 menunjukkan reliabilitas yang baik.

Tabel berikut menampilkan temuan uji reliabilitas yang dilakukan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Z), Loyalitas Pelanggan (Y), Ketepatan Waktu Pengiriman (X2), dan Kualitas Pelayanan (X1):

Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
X1	0,897	Reliabel
X2	0,870	Reliabel
Z	0,623	Reliabel
Y	0,877	Reliabel

Sumber : Olah Data (2023)

Untuk variabel kepuasan pelanggan (Z), pengiriman tepat waktu (X2), kualitas pelayanan (X1), dan loyalitas pelanggan (Y), Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan instrumen dalam kuesioner telah terbukti reliabel. Hal ini

dikarenakan setiap variabel memenuhi syarat ketergantungan Sugiyono (2017) dengan nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6.

4.3.2 Uji Hipotesis

4.3.2.1 Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

Salah satu metrik yang digunakan dalam evaluasi model adalah koefisien determinasi, yang mengukur seberapa efektif model memperhitungkan variasi variabel terikat. Di bawah ini adalah tabel yang menunjukkan koefisien determinasi:

Tabel 4. 12 Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.719 ^a	.517	.491	.557

a. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu Pengiriman (X2), Kualitas Pelayanan

Sumber : Data output SPSS (2023)

Keterkaitan antara X1 (kualitas pelayanan) dengan X2 (waktu penyampaian) cukup kuat ditunjukkan dengan nilai R sebesar 0,719 lebih dari 0,5, dan nilai R persegi 0,517 menunjukkan bahwa pengaruh gabungan X1 dan X2 terhadap Z (kepuasan pelanggan) adalah 51,7%, sedangkan 48,3% terakhir dapat diberikan kepada variabel seperti harga, promosi, dan citra merek yang tidak konsisten.

Tabel 4. 13 Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785 ^a	.616	.584	1.508

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)

Sumber : Data Output SPSS (2023)

Model Rangkuman berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa terdapat

hubungan yang sangat signifikan antara X1 (kualitas pelayanan), X2 (pengiriman tepat waktu), dan Z (kepuasan pelanggan), dengan nilai R sebesar $0,785 > 0,5$. Selain itu nilai R Square adalah 0,616. Hal ini menunjukkan efek kumulatif X1, yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3.2.2 Uji T

Dalam penelitian ini, uji T yang disebut juga uji variabel parsial digunakan untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan (X1) dan ketepatan waktu pengiriman (X2) merupakan faktor independen, sedangkan loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel dependen dan kepuasan pelanggan (Z) sebagai variabel mediasi. Estimasi t diterima dan dianggap signifikan dalam uji T jika signifikansinya kurang dari 0,05 setelah membandingkan t hitung dengan t tabel. Tabel t memanfaatkan nilai 2,02809. Pengaruh langsung uji hipotesis ini dipastikan dengan menggunakan uji t, sedangkan pengaruh tidak langsung dipastikan dengan menggunakan analisis jalur. Tabel Koefisien berisi rincian uji t berikut:

Tabel 4. 14 Tabel Coefficient

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.960	1.494		.642	.525
	Kualitas Pelayanan	-.022	.023	-.193	-.981	.333
	Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	.111	.025	.868	4.401	.000

Sumber : Data output SPSS (2023)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.551	4.065		-.382	.705
Kualitas Pelayanan	.125	.062	.364	2.015	.051
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	.035	.084	.091	.414	.681
Kepuasan Pelanggan	1.331	.445	.445	2.993	.005

a. Dependent Variable : Loyalitas Pelanggan (Y)

Sumber : Data output SPSS (2023)

Dari tabel *Coefficient* diatas dapat disimpulkan sebagai berikut :

Tabel 4. 15 Uji Pengaruh Langsung

Pengaruh Langsung	T Hitung	Sig.	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Z)	0,981	0,333	Ditolak dan tidak berpengaruh
Ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan (Z)	4,401	0,000	Diterima dan berpengaruh
Kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y)	2,015	0,051	Ditolak dan tidak berpengaruh
Ketepatan waktu pengiriman (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y)	0,414	0,681	Ditolak dan tidak berpengaruh

Kepuasan pelanggan (Z) terhadap loyalitas pelanggan (Y)	2,993	0,005	Diterima dan berpengaruh
---	-------	-------	-----------------------------

Sumber : Data di dapat pada output SPSS (2023)

4.3.2.3 Uji Path Analysis (Uji Analisis Jalur)

Tujuan uji Analisis Jalur adalah untuk mengevaluasi pengaruh langsung dan tidak langsung variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi.

Persamaan Model 1

Tabel 4. 16 Coefficients Pada Persamaan Model 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.960	1.494		.642	.525
	Kualitas Pelayanan	-.022	.023	-.193	-.981	.333
	Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	.111	.025	.868	4.401	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data output SPSS (2023)

Dari Tabel 4.12 Coefficient, ditemukan persamaan model 1 dengan konstanta sebesar 0,960. Nilai beta 1 untuk kualitas pelayanan adalah -0,022, sementara nilai beta 2 untuk ketepatan waktu pengiriman adalah 0,111 Nilai e1 adalah $\sqrt{(1 - 0,517)} = 0,694$.

Sehingga persamaan model 1 sebagai berikut :

$$Z = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e_1$$

Dimana :

$$Z = 0,960 - 0,022X_1 + 0,111X_2 + 0,694$$

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Ketepatan Waktu Pengiriman

Z = Kepuasan Pelanggan

e_1 = Error Struktur 1

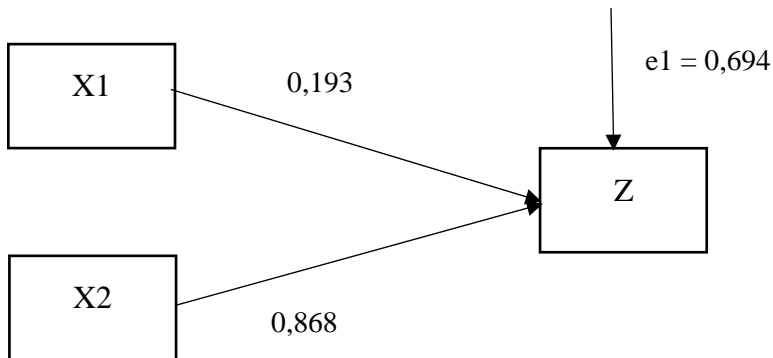
Variabel kualitas pelayanan mempunyai koefisien negatif berdasarkan temuan pengujian di atas, sedangkan variabel pengiriman tepat waktu mempunyai nilai positif. Berdasarkan statistik tersebut, variabel kepuasan pelanggan (Z) akan turun sebesar 0,022 setiap kenaikan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan (X_1). Sebaliknya variabel kepuasan pelanggan (Z) akan meningkat sebesar satu satuan setiap kenaikan satu satuan pada variabel pengiriman tepat waktu (X_2).

Berdasarkan tabel koefisien yang dihasilkan model regresi SPSS 1, variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikansi $0,333 > 0,05$ dan variabel pengiriman tepat waktu mempunyai nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel waktu pengiriman (X_2) mempunyai pengaruh yang besar, sedangkan variabel kualitas pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kepuasan pelanggan (Z).

Selain itu, tabel Standardized Beta Coefisien menunjukkan bahwa variabel ketepatan waktu penyampaian (X_2) mempunyai nilai standar beta sebesar 0,868 atau 86,8%, dan variabel kualitas pelayanan (X_1) mempunyai nilai standar beta sebesar 0,193 atau 19,3%. Oleh karena itu, dapat dikatakan variabel yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan (Z) adalah variabel pengiriman tepat waktu (X_2).

Gambar berikut menampilkan diagram jalur:

Gambar 4. 1 Gambar Hasil Analisis Jalur 1



Sumber : Data diolah (2023)

Persamaan Model 2

Tabel 4. 17 Coefficients Pada Persamaan Model 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.551	4.065		-.382	.705
Kualitas Pelayanan	.125	.062	.364	2.015	.051
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	.035	.084	.091	.414	.681
Kepuasan Pelanggan	1.331	.445	.445	2.993	.005

a. Dependent Variable : Loyalitas Pelanggan (Y)

Sumber : Data output SPSS (2023)

Anda dapat menemukan persamaan model 2 yang memiliki nilai konstanta -1,551 dari Tabel Koefisien. Nilai beta kualitas pelayanan 1 sebesar 0,125, nilai beta 2 pengiriman tepat waktu sebesar 0,035, dan penilaian kepuasan pelanggan beta 3 sebesar 1,331. Selanjutnya nilai e2 dihitung sebagai $\sqrt{(1 - 0,616)} = 0,619$. Hasilnya, persamaan model 2 dapat ditulis seperti ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + e_2$$

$$Y = -1,551 + 0,125X_1 + 0,035X_2 + 1,331Z + 0,619$$

Dimana :

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Ketepatan Waktu Pengiriman

Z = Kepuasan Pelanggan

Y = Loyalitas Pelanggan

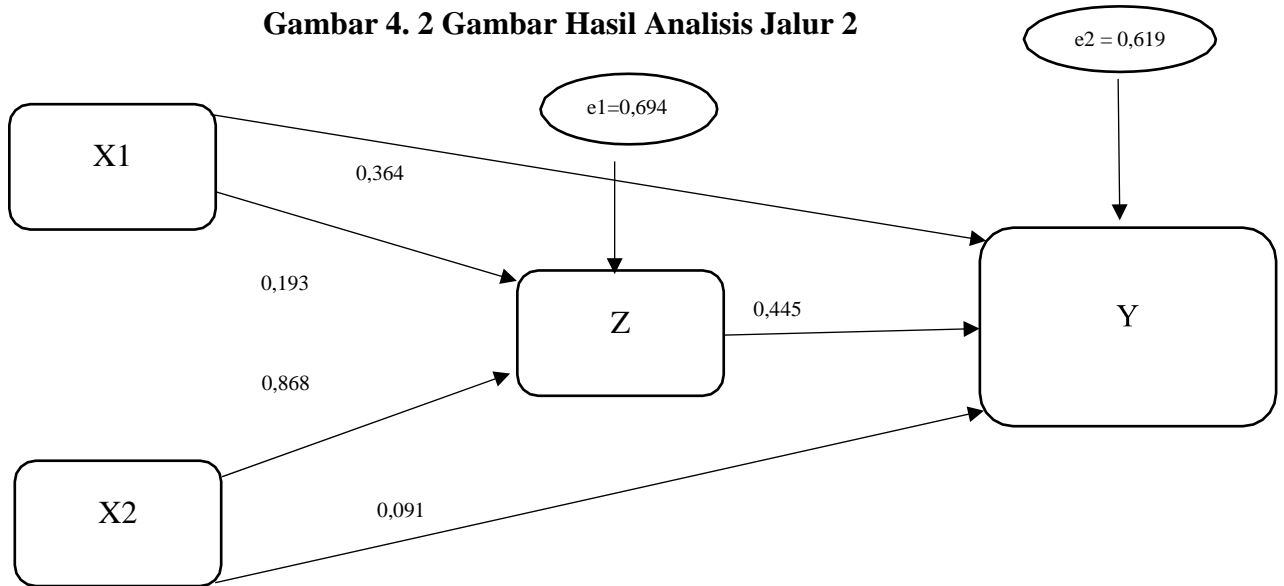
e_2 = Error Struktur 2

Koefisien variabel kepuasan pelanggan, pengiriman tepat waktu, dan kualitas pelayanan semuanya bertanda positif, terlihat dari hasil pengujian di atas. Hal ini menunjukkan bahwa variabel loyalitas pelanggan (Y) akan tumbuh sebesar 0,125, 0,035, dan 1,331 setiap kenaikan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan (X_1), pengiriman tepat waktu (X_2), dan kepuasan pelanggan (Z).

Nilai signifikansi variabel kepuasan pelanggan, pengiriman tepat waktu, dan kualitas pelayanan masing-masing sebesar $0,005 < 0,05$, $0,681 > 0,05$, dan $0,051 > 0,05$. Nilai-nilai tersebut dapat dilihat pada tabel koefisien keluaran model regresi SPSS 2. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel loyalitas pelanggan (Y) sangat dipengaruhi oleh variabel kepuasan pelanggan (Z), sedangkan variabel kualitas pelayanan (X_1) dan ketepatan waktu pengiriman (X_2) tidak ada hubungannya dengan variabel tersebut.

Nilai beta standar untuk variabel pengiriman tepat waktu (X_2), variabel kepuasan pelanggan (Z), dan variabel kualitas pelayanan (X_1) masing-masing sebesar 0,091, 36,4%, dan 0,445, 44,5% sesuai tabel Standardized Beta Coefisien . Oleh karena itu, variabel loyalitas pelanggan (Y) paling dipengaruhi oleh variabel kepuasan pelanggan (Z). Gambar berikut menampilkan diagram jalur:

Gambar 4. 2 Gambar Hasil Analisis Jalur 2



$$Z = p_{31}.X1 + p_{32}.X2 + e1$$

$$Y = py1.X1 + py2.X2 + py3.Z + e2$$

Sumber : Data diolah (2023)

Penjelasan gambar analisis jalur 2 dapat dilihat pada Gambar 4.2:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Pelanggan (Z)

Diketahui Y (loyalitas pelanggan) dipengaruhi langsung oleh X1 (kualitas pelayanan) sebesar 0,364. Sedangkan dengan mengalikan nilai beta Z (kepuasan pelanggan) dengan X1 (kualitas pelayanan), dapat diketahui pengaruh tidak langsung Z terhadap Y (loyalitas pelanggan):

$$Y = 0,193 \times 0,445 = 0,085.$$

Nilai pengaruh langsung sebesar 0,364 lebih tinggi dibandingkan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0,085 menurut perhitungan sebelumnya. Hal ini

menunjukkan bahwa X1 (kualitas pelayanan) tidak mengatur Z (kepuasan pelanggan) atau Y (loyalitas pelanggan).

2. Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Pelanggan (Z)

Diketahui X2 (pengiriman tepat waktu) sebesar 0,091 berdampak langsung terhadap Y (loyalitas pelanggan). Sedangkan nilai beta produk X2 (pengiriman tepat waktu) dan Z (kepuasan pelanggan) menghasilkan pengaruh tidak langsung X2 terhadap Y (loyalitas pelanggan):

$$Y = 0,868 \times 0,445 = 0,386.$$

Nilai pengaruh langsung sebesar 0,091 lebih kecil dibandingkan dengan nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0,386 berdasarkan temuan perhitungan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bagaimana X2 (pengiriman tepat waktu) dan Y (loyalitas pelanggan) dimediasi melalui Z (kepuasan pelanggan).

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan temuan penelitian pada Tabel 4.15, kepuasan pelanggan (Z) pada J&T Express PTC Surabaya nampaknya dipengaruhi secara negatif oleh kualitas pelayanan (X1) dan dapat diabaikan. Hal ini menunjukkan bahwa gagasan tersebut tidak dapat dipertahankan. Temuan ini bertentangan dengan kesimpulan penelitian lain yang menyatakan bahwa kualitas layanan mempunyai dampak besar terhadap kepuasan pelanggan (Saefur dan Fino, 2021).

Sejauh mana suatu bisnis atau organisasi memenuhi harapan klien dengan menawarkan layanan berkualitas tinggi adalah bagaimana kualitas layanan dievaluasi. Sebagai brand ternama, J&T Express PTC Surabaya mungkin mempunyai ekspektasi

yang sangat tinggi dari para pelanggannya. Hasil tanggapan responden pada Tabel 4.6 dimana indikator X1.1 “Tampilan dan interior gedung J&T Express menarik” memperoleh persetujuan yang sangat tinggi hanya dari 6 dari 40 responden memberikan penjelasan atas temuan tersebut. Mayoritas responden atau 33 dari 40 memberikan indikasi X1.18, “Perusahaan membuat konsumen merasa aman dan percaya diri terhadap barang yang dikirimkan”, tingkat penerimaan yang sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa berbagai faktor mempengaruhi kebahagiaan pelanggan. Meskipun sebagian responden menganggap eksterior dan interior bangunan menarik, indikator X1.18, yang mengukur keyakinan terhadap barang dan keamanan yang dipasok, tampaknya memiliki dampak yang lebih besar terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, fakta bahwa 42,5% responden berusia antara 17 dan 25 tahun dapat membantu menjelaskan mengapa demografi ini lebih menghargai kecepatan pengiriman paket dibandingkan kualitas layanan.

4.4.2 Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan (Z) dilaporkan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pengiriman tepat waktu J&T Express PTC Surabaya (X2), menurut penelitian yang ditunjukkan pada Tabel 4.15. Hal ini menunjukkan bahwa ide tersebut bisa diterapkan. Hasil ini mendukung kesimpulan penelitian sebelumnya bahwa pengiriman tepat waktu secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan (Mita et al., 2022).

Interpretasi peningkatan kepuasan pelanggan berdasarkan tanggapan responden disajikan pada Tabel 4.7. indikasi Selanjutnya, 35 dari 40 responden menyatakan sinyal X2.12 “Informasi pelacakan paket yang disediakan J&T Express mudah dipahami” dengan peringkat persetujuan tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Di J&T Express PTC Surabaya, kebahagiaan klien sangat dipengaruhi oleh ketepatan waktu pengiriman karena pelanggan menginginkan paket terkirim sesuai dengan perkiraan

waktu pengiriman dan karena memiliki informasi pelacakan paket yang mudah dipahami dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Konsumen akan lebih puas jika suatu barang datang sesuai jadwal dan mudah dilacak.

4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Tabel 4.15 menyajikan temuan penelitian tentang J&T Express PTC Surabaya. Mereka menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan (Y) dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan (X1), walaupun tidak signifikan. Hal ini membuat hipotesis ini tidak mungkin diterima. Temuan ini mengkonfirmasi temuan penelitian lain yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak banyak dipengaruhi oleh kualitas layanan (Ni Putu dan Rosidah, 2021).

Hal ini dapat diartikan bahwa pengguna jangka panjang layanan J&T Express PTC Surabaya mungkin mengharapkan kualitas layanan yang baik, dan bukan faktor utama yang mendorong loyalitas mereka. Tabel 4.6 menampilkan tanggapan responden, menunjukkan hanya 6 dari 40 responden yang memberikan sinyal X1.1, “Penampilan dan interior gedung J&T Express menarik”, dengan rating persetujuan sangat tinggi. Sementara itu, 33 dari 40 responden memberikan indikasi X1.18, “Perusahaan membuat konsumen merasa aman dan percaya diri terhadap barang yang dikirimkan,” tingkat penerimaannya sangat tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa responden lebih cenderung berfokus pada karakteristik terkait keamanan dan kepercayaan dalam pengiriman barang (X1.18) dibandingkan pada eksterior dan interior bangunan (X1.1). Tujuan dan keinginan klien yang beragam dapat menjadi sebuah peran. Selain itu, beberapa responden tidak dapat melihat perbedaan nyata dalam kualitas layanan atau mungkin menganggapnya sebagai ekspektasi yang dapat diterima dan bukan sebagai pembeda utama jika dibandingkan dengan pesaing.

4.4.4 Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Loyalitas Pelanggan

Pada J&T Express PTC Surabaya, pengiriman tepat waktu (X2) diketahui mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan secara statistik terhadap loyalitas pelanggan (Y), berdasarkan hasil penelitian yang ditampilkan pada Tabel 4.15. Hal ini membuat hipotesis ini tidak mungkin diterima. Temuan ini mendukung temuan penelitian sebelumnya bahwa tidak ada hubungan antara kebahagiaan pelanggan dan pengiriman tepat waktu (Inten dan Permana, 2019).

Kesimpulan: Meskipun responden sangat mementingkan pengiriman tepat waktu, loyalitas pelanggan tidak terpengaruh secara signifikan oleh kriteria ini. Hal ini terlihat dari jawaban peserta pada Tabel 4.7 dimana 34 dari 40 responden atau mayoritas memberikan indikator X2.1 yaitu “Paket yang dikirim J&T Express tepat waktu sesuai perkiraan waktu pengiriman” sangat tinggi tingkat persetujuan. Dari 40 responden, hanya 12 orang yang memberikan sinyal X2.7 “Kurir J&T Express bersedia mengantarkan barang meskipun di luar jam kerja” dengan tingkat penerimaan yang sangat tinggi. Temuan ini menyiratkan bahwa responden mungkin tidak menganggap waktu pengiriman sebagai faktor penentu yang signifikan dan mungkin memiliki ekspektasi yang wajar dalam hal ini. Beberapa responden bahkan memilih penyedia layanan pengiriman lain yang menawarkan fleksibilitas lebih besar terkait jam kerja kurir.

4.4.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kepuasan pelanggan (Z) pada J&T Express PTC Surabaya diketahui berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), berdasarkan hasil penelitian yang ditunjukkan pada Tabel 4.15. Hal ini menunjukkan bahwa teori tersebut dapat dipertahankan. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya (Annisa dan

Bambang, 2021) yang menemukan hubungan kuat antara kebahagiaan dan loyalitas pelanggan.

Menurut salah satu interpretasi, pelanggan yang puas dengan layanan J&T Express kemungkinan besar akan menggunakannya lagi di masa mendatang. Pelanggan yang puas juga dapat menginspirasi orang lain dengan menawarkan saran. Tabel 4.8 menampilkan jawaban responden terhadap indikasi Z.2 yang menyatakan “Barang yang diterima dari ekspedisi J&T Express tidak pernah tertukar dengan barang pesanan orang lain”. Ketika pesanan mereka terpenuhi dan barang mereka tidak pernah tercampur dengan milik orang lain, pelanggan senang, menurut mayoritas responden (34 dari 40) yang menyatakan sangat setuju. Pelayanan pelanggan seperti ini dapat meningkatkan kepercayaan klien terhadap J&T Express PTC Surabaya.

4.4.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi

Diketahui pada J&T Express PTC Surabaya kepuasan pelanggan (Z) tidak memediasi pengaruh kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y), berdasarkan hasil studi rute pada Gambar 4.2. Hasil ini menegaskan temuan penelitian lain yang menyatakan tidak terdapat pengaruh mediasi kepuasan pelanggan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan (Inten dan Permana, 2019).

Hasil ini menunjukkan manfaat nyata dari reputasi luar biasa J&T Express PTC Surabaya dalam memberikan layanan pelanggan yang sangat baik kepada pelanggannya. Loyalitas pelanggan terhadap J&T Express berkorelasi positif dengan tingkat kepuasan mereka terhadap kualitas layanan. Waktu pengiriman sangat penting bagi pelanggan, meskipun kualitas layanan tidak selalu dapat diandalkan. Sebagian besar responden sangat setuju bahwa mereka menghargai kecepatan pengiriman paket J&T Express, yang menunjukkan pentingnya waktu pengiriman dalam mempengaruhi kepuasan dan kesetiaan klien kepada J&T Express PTC Surabaya. Namun, sebagian kecil responden sebenarnya tidak menyarankan orang lain untuk menggunakan layanan pengiriman J&T Express. Hal ini mungkin disebabkan oleh perbedaan pengalaman konsumen mengenai kualitas layanan.

4.4.7 Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi

Pada J&T Express PTC Surabaya, kepuasan pelanggan (Z) berperan sebagai mediator antara loyalitas pelanggan (Y) dengan ketepatan waktu pengiriman (X2), sesuai temuan analisis rute yang ditampilkan pada Gambar 4.2. Angka dampak tidak langsung yang lebih besar dibandingkan nilai dampak langsung menunjukkan kesimpulan tersebut.

Interpretasi dari temuan tersebut adalah sebagai berikut: Pelanggan yang yakin bahwa harapannya akan terpenuhi dengan pengiriman yang cepat akan lebih bahagia dan percaya diri pada J&T Express PTC Surabaya. Pernyataan “Saya selalu menyukai kecepatan waktu pengiriman jasa pengiriman J&T Express” sangat disetujui oleh 31 dari 40 responden, seperti terlihat pada temuan indikator Y.3 pada tabel 4.9. Hasil ini menunjukkan bahwa waktu pengiriman merupakan elemen penting yang mempengaruhi seberapa puas pelanggan terhadap layanan pengiriman produk.

Pelanggan sering kali ingin paketnya tiba sesuai jadwal dan tanpa penundaan. Ketika pengiriman dijamin terjadi sesuai jadwal, pelanggan mengharapkannya dan biasanya merasa puas. Oleh karena itu, dalam peran Anda sebagai mediator, menjaga kepuasan klien sangatlah penting untuk membangun loyalitas klien yang bertahan lama. Pelanggan yang puas dengan waktu pengiriman J&T Express PTC Surabaya kemungkinan besar akan menggunakan layanan tersebut lagi, mengembangkan hubungan saling percaya dengan bisnis, dan mungkin merekomendasikannya kepada orang lain.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pengiriman yang tepat waktu mempunyai pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan di J&T Express PTC Surabaya. Selain itu, sebagian besar responden muda (berusia 17 hingga 25 tahun) yang memiliki usaha kecil mendukung hal ini dengan mengutamakan pengiriman tepat waktu dibandingkan layanan serupa yang ditawarkan oleh J&T Express PTC Surabaya.