

PENGARUH KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT POS INDONESIA KCP GARUM

Oleh:

Puji Rahayu¹

Lu'lu Ul Maknunah²

M. Hakim Fawazi³

Universitas Islam Balitar Blitar

Alamat: Jl. Imam Bonjol No. 16, Jl. Majapahit No.2- 4, Sananwetan, Kec. Sananwetan,
Kota Blitar, Jawa Timur (66137).

Korespondensi Penulis: pujirahayuok0@gmail.com, uul.unisba@gmail.com,
fawazi884@gmail.com.

Abstract. *This study aims to examine the effect of on-time delivery on customer satisfaction in the services of PT Pos Indonesia KCP Garum, Blitar Regency. Delivery service is one of the main components in the logistics sector that determines the success of service to consumers. In the digital era, the demand for timeliness is increasing because customers expect fast, accurate, and real-time trackable delivery. This study uses an associative quantitative approach by distributing questionnaires to 79 respondents. The data analysis technique used is simple linear regression processed through the SPSS version 18 application. The results of the study indicate that on-time delivery has a significant effect on customer satisfaction, with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a regression coefficient of 0.589. The coefficient of determination (R^2) value of 0.437 indicates that on-time delivery explains 43.7% of the variation in customer satisfaction. This study concludes that on-time delivery is the main determinant in forming a positive perception of PT Pos Indonesia's logistics services in the Garum area.*

Keywords: *On-time Delivery, Customer Satisfaction, Logistics Service, PT Pos Indonesia.*

PENGARUH KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT POS INDONESIA KCP GARUM

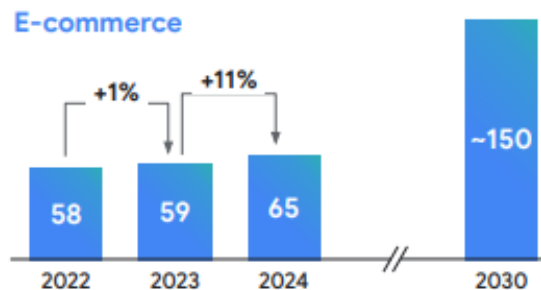
Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada layanan PT Pos Indonesia KCP Garum, Kabupaten Blitar. Layanan pengiriman merupakan salah satu komponen utama dalam sektor logistik yang menentukan keberhasilan pelayanan kepada konsumen. Dalam era digital, tuntutan terhadap ketepatan waktu semakin tinggi karena pelanggan mengharapkan pengiriman yang cepat, tepat, dan dapat dilacak secara *real-time*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan penyebaran kuesioner kepada 79 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana yang diolah melalui aplikasi SPSS versi 18. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar 0.589. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.437 mengindikasikan bahwa ketepatan waktu menjelaskan 43,7% variasi dalam kepuasan pelanggan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa ketepatan waktu pengiriman merupakan determinan utama dalam membentuk persepsi positif terhadap layanan logistik PT Pos Indonesia, di wilayah Garum.

Kata Kunci: Ketepatan Waktu Pengiriman, Kepuasan Pelanggan, Layanan Logistik, PT Pos Indonesia.

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah mengubah wajah industri jasa, termasuk sektor logistik dan pengiriman barang. Salah satu indikator penting dalam menilai kualitas layanan logistik adalah ketepatan waktu pengiriman. Konsumen masa kini semakin menuntut kecepatan, akurasi, dan transparansi dalam setiap transaksi logistik. Menurut data dari laporan ekonomi digital Indonesia (2024), nilai pasar *e-commerce* merupakan salah satu kontributor terbesar terhadap GMV (*Gross Merchandise Value*) keseluruhan ekonomi digital nasional. Pada tahun 2024, sektor *e-commerce* diproyeksikan mencapai nilai GMV sebesar \$65 miliar, meningkat sebesar 11% dibandingkan tahun sebelumnya. Tren pertumbuhan ini konsisten sejak 2022, dimulai dari \$58 miliar, naik tipis menjadi \$59 miliar di 2023, dan menunjukkan akselerasi yang lebih tajam di tahun berikutnya. Fenomena ini diperkuat dengan meningkatnya tren belanja daring (*e-commerce*) yang menuntut layanan pengiriman yang efisien dan handal (e-Conomy SEA, 2024).

Gambar 1. Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia tahun 2024



Sumber: *e-Conomy SEA 2024* <https://economysea.withgoogle.com>

Gambar 1. menunjukkan bahwa sektor *e-commerce* memegang peran dominan dalam ekosistem digital Indonesia dan diperkirakan akan terus tumbuh pesat hingga mencapai sekitar \$150 miliar pada tahun 2030. Pencapaian ini didukung oleh berbagai faktor seperti adopsi teknologi digital yang semakin meluas, peningkatan jumlah pengguna internet, serta penguatan infrastruktur logistik dan pembayaran digital di seluruh wilayah Indonesia. Dengan tren ini, *e-commerce* diposisikan sebagai pilar utama dalam transformasi ekonomi digital nasional ke depan.

Industri jasa kurir, ketepatan waktu pengiriman (*delivery timeliness*) telah menjadi parameter fundamental yang digunakan konsumen untuk mengevaluasi kualitas layanan secara keseluruhan. Dalam dunia yang serba instan, keterlambatan pengiriman dapat menyebabkan ketidakpuasan, pengembalian barang, bahkan ulasan negatif yang merugikan reputasi perusahaan. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Logistik Indonesia (ALI) pada tahun 2023 memperkuat hal tersebut, di mana 76% responden menyatakan bahwa ketepatan waktu merupakan faktor paling krusial dalam menentukan kepuasan mereka terhadap layanan pengiriman. Survei ini memberikan sinyal penting bagi perusahaan logistik untuk menjadikan aspek *punctuality* sebagai indikator kinerja utama (*Key Performance Indikator KPI*).

PT Pos Indonesia sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam layanan pos dan logistik dihadapkan pada persaingan ketat dengan perusahaan kurir swasta seperti J&T, SiCepat, dan JNE. Salah satu tantangan utama adalah menjaga konsistensi ketepatan waktu pengiriman, terutama pada wilayah dengan keterbatasan infrastruktur seperti KCP Garum, Blitar. Keterlambatan pengiriman bukan hanya

PENGARUH KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT POS INDONESIA KCP GARUM

berdampak pada kekecewaan pelanggan, tetapi juga berpotensi menurunkan loyalitas dan reputasi perusahaan.

Beberapa studi terdahulu menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman merupakan faktor signifikan dalam membentuk kepuasan pelanggan (Siburian, 2021; Wulandari & Sevtiani (2022)). Namun, penelitian yang secara spesifik mengkaji hubungan antara ketepatan waktu dan kepuasan pelanggan pada layanan logistik milik negara seperti Pos Indonesia masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan sebagai upaya mendukung peningkatan kualitas pelayanan publik berbasis data.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Bahrin dan Putra, (2023) menjelaskan bahwa variabel ketepatan waktu secara lebih spesifik, namun konteksnya masih bersifat umum dan belum secara umum menyoroti dinamika layanan BUMN seperti PT Pos Indonesia. Hal ini menciptakan ruang penelitian yang cukup besar untuk memperluas pemahaman tentang bagaimana variabel tunggal seperti *punctuality* dapat memengaruhi kepuasan pelanggan dalam lingkungan organisasi milik negara, yang operasional dan regulasinya berbeda dari swasta .

Penelitian ini secara khusus akan mengkaji satu variabel bebas, yaitu ketepatan waktu pengiriman, dan satu variabel terikat, yakni kepuasan pelanggan. Pendekatan seperti ini akan membantu memperjelas hubungan sebab-akibat antara dua faktor tersebut, serta memberikan hasil yang lebih fokus dan presisi. Dengan desain seperti ini, studi ini akan memberikan kontribusi nyata baik secara akademik maupun praktis, khususnya dalam konteks evaluasi layanan publik yang berbasis indikator kinerja tunggal.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan strategis bagi PT Pos Indonesia dalam merancang program peningkatan mutu layanan berbasis evaluasi pelanggan, serta menjadi dasar pembenahan sistem manajemen logistik yang lebih adaptif. Evaluasi berbasis data ini juga mendukung program transformasi digital BUMN yang sedang digalakkan oleh pemerintah.

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur yang masih terbatas, khususnya dalam membahas pengaruh variabel tunggal seperti ketepatan waktu pada konteks layanan logistik yang dimiliki oleh negara. Hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi referensi penting bagi pengembangan teori dalam ilmu administrasi niaga,

manajemen operasional, dan pelayanan publik. Penelitian ini akan mengumpulkan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT Pos Indonesia di Garum, Kabupaten Blitar. Dengan teknik analisis regresi linear sederhana untuk menguji kekuatan hubungan antar variabel secara statistik. Hasil dari analisis ini diharapkan memberikan kontribusi empiris dan praktis dalam memahami bagaimana *punctuality* sebagai variabel tunggal memengaruhi kepuasan pelanggan di sektor logistik milik negara.

KAJIAN TEORITIS

Ketepatan Waktu Pengiriman

Menurut Mahfudz & Sakti (2018), ketepatan waktu pengiriman didefinisikan sebagai selang waktu sejak pelanggan melakukan pemesanan hingga barang diterima oleh pelanggan. Ketepatan waktu merupakan kemampuan dari pihak pemasok (*supplier*) untuk mengirimkan produk secara tepat waktu, bahkan dalam skala pengiriman yang kecil (Aminah, 2017).

Menurut John C. Mowen (2002) dalam Nasution (2020), ketepatan waktu mencakup tiga indikator utama yaitu; 1. Pengiriman Produk, mengacu pada ketepatan waktu dalam menyampaikan produk kepada konsumen, 2. Informasi, berkaitan dengan ketepatan waktu penyampaian informasi terkait status produk yang sedang diproses hingga produk tersebut diserahkan kepada konsumen, 3. Menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat waktu, termasuk dalam merespons kebutuhan atau keluhan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

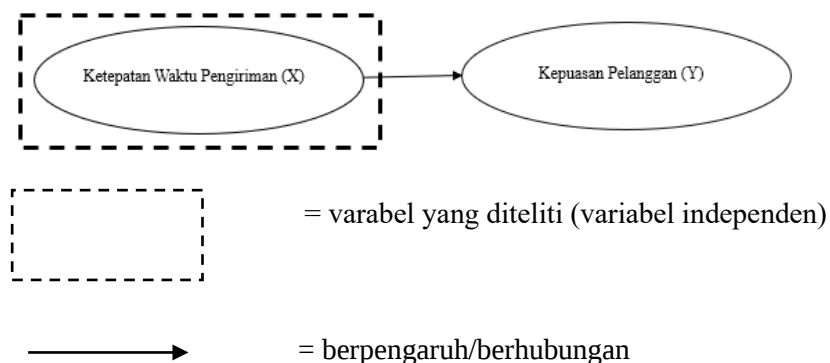
Menurut Daryanto dan Setyobudi (2019), kepuasan pelanggan adalah suatu penilaian emosional dari pelanggan setelah menggunakan produk, di mana harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi. Sedangkan menurut Kalia (2019) kepuasan konsumen merupakan evaluasi pelanggan atas produk atau layanan dalam hal apakah produk atau layanan tersebut memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2010), terdapat tiga indikator utama yang menjadi fondasi terbentuknya kepuasan pelanggan. 1. Kesesuaian harapan, merujuk pada tingkat kesesuaian antara harapan awal pelanggan terhadap kinerja produk atau layanan dengan

PENGARUH KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT POS INDONESIA KCP GARUM

pengalaman aktual yang mereka rasakan, 2. Minat berkunjung kembali, minat ini merupakan bentuk loyalitas pelanggan yang terbentuk ketika mereka merasa puas terhadap pengalaman sebelumnya, 3. Kesiediaan merekomendasikan, kesiediaan merekomendasikan menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dan menjadi sinyal kuat bahwa perusahaan telah berhasil membangun kepercayaan serta menciptakan pengalaman positif. Kerangka konseptual penelitian dapat dilihat pada

Gambar 1 kerangka konseptual



Pada gambar 1 diatas maka dapat dilihat terkait dengan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian iini yaitu :

H_0 : Ketepatan waktu pengiriman tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H_1 : Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah suatu sifat yang dapat memiliki berbagai macam nilai. Kalau diekspresikan secara berlebihan, variabel adalah sesuatu yang bervariasi. Variabel biasanya diekspresikan dalam bentuk simbol/lambang (umumnya digunakan simbol x dan y) yang padanya dilekatkan bilangan atau nilai (Ikhsan, 2014).

1. Variabel Independen (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbul variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, terdapat

satu variabel yang tergolong dalam variabel independen yaitu Ketepatan Waktu Pengiriman (X).

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat merupakan jenis variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel ini secara matematis disimbolkan dengan huruf y. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan(Y).

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk mengukur variabel secara objektif menggunakan data numerik dan analisis statistik. Menurut Sugiyono (2018), pendekatan ini cocok untuk menguji hipotesis dan menjelaskan hubungan antar variabel dan melalui pengumpulan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti. Seperti menurut Sugiyono (2018), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan uraian diatas maka menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk menentukan populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pos Indonesia KCP Garum di bulan Maret sampai April 2025 sebanyak 370.

Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang dianggap mewakili populasi karena memiliki ciri atau karakteristik yang sama. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin. Rumus slovin adalah sebuah rumus yang digunakan pada suatu penelitian yang memiliki jumlah sampel yang besar untuk mendapatkan sampel yang sedikit tapi bisa mewakili populasi penelitian. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

PENGARUH KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT POS INDONESIA KCP GARUM

N : jumlah populasi

e : batas toleransi 10% (0,1)

Maka perolehan jumlah sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{370}{1 + 370 \times (0,10)^2}$$

$$n = \frac{370}{4,7}$$

$$n = 78,72$$

karena jumlah sampel harus bulat maka dibulatkan menjadi 79 responden.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Ghozali (2021), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika nilai signifikansi $\leq \alpha$ (0,05) maka dinyatakan valid.
2. Jika nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka dinyatakan tidak valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk memahami suatu kuesioner yang merupakan indikator pada masing-masing variabel. Menurut Sugiyono (2018) Uji Reliabilitas adalah Pengujian realibilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa *instrument* memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat keandalannya dapat menghasilkan hasil yang konsisten. Menurut Sofyan Siregar kriteria suatu instrument penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, bila koefisien reabilitas sebesar 0,6. Adapun uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka *instrument* memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain pernyataan *reliable*.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka *instrument* memiliki reliabilitas yang buruk atau dengan kata lain pernyataan tersebut tidak *reliable*.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu pengaruh ketepatan waktu pengiriman (X) terhadap

kepuasan pelanggan (Y) pada jasa pengiriman Pos Indonesia KCP Garum dengan menggunakan program SPSS versi 18. Persamaan regresi linier sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X$$

Keterangan :

Y : Nilai yang diprediksikan

β : Koefisien Regresi

a : Konstanta atau bila harga X = 0

X : Nilai variabel independen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Berdasarkan uji validitas pada tabel 1, diketahui bahwa hasil perhitungan semua item X menunjukkan dengan nilai signifikasi (2-tailed) sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid. Untuk semua item Y menunjukkan nilai signifikasi (2-tailed) sebesar $0,00 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	item	Sig- (2.tailed)	Keterangan
Ketepatan waktu Pengiriman (X1)	X.1	0,000	Valid
	X.2	0,000	Valid
	X.3	0,000	Valid
	X.4	0,000	Valid
	X.5	0,000	Valid
	X.6	0,000	Valid
	X.7	0,000	Valid
	X.8	0,000	Valid
	X.9	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,000	Valid
	Y.2	0,000	Valid
	Y.3	0,000	Valid
	Y.4	0,000	Valid
	Y.5	0,000	Valid
	Y.6	0,000	Valid
	Y.7	0,000	Valid
	Y.8	0,000	Valid
	Y.9	0,000	Valid

Sumber : Data Diolah.

PENGARUH KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT POS INDONESIA KCP GARUM

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan diperoleh hasil dengan konsistensi pengukuran yang baik. Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka semua variabel dalam penelitian dinyatakan reliabel. Adapun hasil tingkat reliabilitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2 Uji Reliabilitas Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.876	9

Sumber : Data Diolah.

Tabel 3 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.842	9

Sumber : Data Diolah.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien alpha yang cukup besar yaitu masing-masing 0,876 dan 0,842 $> 0,06$ sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga layak untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi atau residual memiliki distribusi normal. Rumus yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah rumus *Kolmogorov-Smirnov*. Pengujian dengan tingkat nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Sig. $> 0,05$).

Tabel 4 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.90957463
Most Extreme Differences	Absolute	.107
	Positive	.076
	Negative	-.107
Kolmogorov-Smirnov Z		.947
Asymp. Sig. (2-tailed)		.332

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Diolah.

Dari hasil pengujian tabel 4.13, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0.332. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa nilai dari hasil perhitungan tersebut berkontribusi normal karena signifikansi angka yang dihasilkan $0.332 > 0,05$.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, begitu pula sebaliknya.

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.623	1.748		2.644	.010
X	-.059	.044	-.148	-1.317	.192

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber : Data Diolah.

Dalam hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel ketepatan waktu pengiriman (X) sebesar $0.192 > 0.05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas antar variabel *independent* dalam model regresi.

PENGARUH KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT POS INDONESIA KCP GARUM

Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana untuk mengelolah dan membahas data yang telah diperoleh dan untuk menguji hipotesis yang diajukan.

Tabel 6 Uji regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.270	2.997		5.428	.000
X	.589	.076	.661	7.724	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah.

Dari hasil analisis linier diatas dapat dijelaskan hubungan antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat sebagai berikut:

$$a = 16.270$$

$$\beta = 0.589$$

maka persamaan regresinya menjadi :

$$Y = a + \beta X + e$$

$$Y = 16.270 + 0.589 X + e$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat diukur sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 16.270 memiliki arti bahwa jika ketepatan waktu pengiriman (X1) konstan, maka kepuasan pelanggan rata-rata sebesar 16.270.
2. Nilai koefisien regresi variabel ketepatan waktu pengiriman (X) sebesar 0.589 memiliki arti bahwa jika ketepatan waktu pengiriman meningkat maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0.589%.

Uji T (Parsial)

Uji statistik t menunjukkan seberapa besaran pengaruh setiap variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dan sebaliknya apabila tingkat nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 7 Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.270	2.997		5.428	.000
X	.589	.076	.661	7.724	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah.

Berdasarkan tabel 4.16 diperoleh hipotesis uji t sebagai berikut, nilai signifikansi variabel (X) ketepatan waktu pengiriman sebesar 0,000 yang artinya $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel ketepatan waktu pengiriman (X) berpengaruh signifikan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Uji R2 atau Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi mencerminkan besarnya pengaruh perubahan variabel bebas dalam menjalankan perubahan pada variabel tidak bebas secara bersama-sama. Besarnya nilai R2 berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Jika nilai R2 semakin mendekati 1 maka model yang diusulkan dikatakan baik karena semakin tinggi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Adapun nilai determinasi dapat diketahui pada tabel berikut;

Tabel 8 Uji R2 atau Kosfisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.661 ^a	.437	.429	2.92841

a. Predictors: (Constant), X

Berdasarkan perhitungan SPSS dapat diperoleh koefisien determinasi pada tabel 4.17 diatas yaitu sebesar 0.437 ini berarti bahwa secara simultan ketepatan waktu pengiriman (X) mempengaruhi kepuasan pelanggan (Y) adalah 43,7 % sedangkan sisanya sebesar 56,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

PENGARUH KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT POS INDONESIA KCP GARUM

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada Pos Indonesia KCP Garum, dengan melibatkan 79 responden yang merupakan pelanggan aktif. Hasil analisis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan nilai koefisien regresi sebesar 0,589.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin baik ketepatan waktu pengiriman, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini berdampak positif terhadap keberlangsungan penggunaan layanan serta kontribusi terhadap kemajuan perusahaan. Oleh karena itu, ketepatan waktu pengiriman secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Pos Indonesia KCP Garum.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari hasil penelitian telah dilakukan, maka peneliti menarik kesimpulan Ketepatan Waktu Pengiriman memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pos Indonesia KCP Garum, hasil penelitian ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman sebesar $0.000 < 0.05$ yang berarti Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman dapat dipengaruhi oleh variabel Kepuasan Pelanggan, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0. 589..

Saran

1. Bagi Perusahaan

Tingkatkan konsistensi dalam ketepatan waktu pengiriman, meskipun hasil menunjukkan bahwa ketepatan waktu sudah cukup baik, perusahaan perlu terus menjaga dan meningkatkan performa ini agar kepuasan pelanggan tetap tinggi dan loyalitas dapat dipertahankan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Perluasan variabel penelitian, penelitian ini hanya berfokus pada satu variabel bebas, yaitu ketepatan waktu pengiriman. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kualitas pelayanan, harga, atau kepercayaan agar

diperoleh gambaran yang lebih komprehensif terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- Aminah. 2017. *Manajemen Operasional dan Rantai Pasok*. Yogyakarta: Deepublish.
- Asosiasi Logistik Indonesia (ALI). 2023. *Survei Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Pengiriman di Indonesia*.
<https://www.ali.or.id/survei-logistik-2023>. Diakses pada 2 Mei 2025.
- Bahrin, Y., & Putra, A. 2023. *Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan Ekspedisi*. *Jurnal Ilmu Logistik Indonesia*. Vol. 9. No. 1. Hal. 45–52.
- Daryanto, Arif & Setyobudi, A. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- e-Conomy SEA. 2024. *Laporan Ekonomi Digital Indonesia 2024*.
<https://economysea.withgoogle.com>. Diakses pada 15 April 2025.
- Ghozali, Imam. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ikhsan, Arif. 2014. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Kalia, R. 2019. *Customer Satisfaction and Service Quality in Logistics*. *International Journal of Business and Management*. Vol. 14. No. 3. Hal. 88–96.
- Mahfudz, A., & Sakti, R. 2018. *Manajemen Distribusi dan Ketepatan Pengiriman dalam Rantai Pasok Modern*. *Jurnal Logistik dan Distribusi*. Vol. 5. No. 2. Hal. 115–123.
- Nasution, Muhammad N. 2020. *Manajemen Operasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siburian, H. 2021. *Kepuasan Pelanggan dan Layanan Pengiriman Barang di Era Digital*. *Jurnal Manajemen Pelayanan*. Vol. 6. No. 1. Hal. 21–30.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Wulandari, S. & Sevtiani, M. 2022. *Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Loyalitas Konsumen*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 8. No. 2. Hal. 100–108.