

Analisis Pengaruh Kecepatan, Akurasi, dan Biaya Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus CV Konita Agro Putra)

by Alam Abdul Salam

Submission date: 01-Aug-2024 10:08AM (UTC+0700)

Submission ID: 2425603165

File name: JUREKSI_Vol_2_no_3_Agustus_2024_hal_283-297.pdf (950.77K)

Word count: 4332

Character count: 27439



Analisis Pengaruh Kecepatan, Akurasi, dan Biaya Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus CV Konita Agro Putra)

Alam Abdul Salam¹, Wirawan Widjanarko², Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo³

^{1,2,3} Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia

*Korespondensi penulis: alamsalam46@gmail.com

Abstract. *This research aims to research, test and assess the influence of the independent variables Speed, Accuracy and Delivery Costs on the dependent variable customer satisfaction for products from CV Konita Agro Putra. The sample for this research was 110 customers who had used products from CV Konita Agro Putra. This type of research uses a quantitative approach. Data was collected directly from respondents using research instruments in the form of questionnaires via Google Form and purposive sampling techniques. then the data results are processed using the SPSS 24 data processing application. The results of this research prove that there is a significant and positive influence of Delivery Speed on Customer Satisfaction, there is a significant and positive influence of Delivery Accuracy on Customer Satisfaction, there is a significant and positive influence of Delivery Costs on Satisfaction Customers, there is a simultaneous influence between Delivery Speed, Delivery Accuracy and Delivery Costs significantly and positively on Customer Satisfaction.*

Keywords: *Speed, Accuracy, Shipping Costs, and Customer Satisfaction.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti, menguji, dan mengkaji pengaruh variabel independen Kecepatan, Akurasi, dan Biaya Pengiriman terhadap variabel dependen Kepuasan pelanggan produk dari CV Konita Agro Putra. Sampel penelitian ini sebesar 110 orang pelanggan yang pernah memakai produk dari CV Konita Agro Putra. Adapun jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan langsung dari responden dengan menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner melalui Google Form dan teknik pengambilan sampel accidental sampling. kemudian hasil data diolah menggunakan aplikasi olah data SPSS 24. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh Kecepatan Pengiriman secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan, terdapat pengaruh Akurasi Pengiriman secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan, terdapat pengaruh Biaya Pengiriman secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan, terdapat pengaruh simultan antara Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pengiriman dan Biaya Pengiriman secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan..

Kata kunci: Kecepatan, Akurasi, Biaya Pengiriman, dan Kepuasan Pelanggan

1. LATAR BELAKANG

Indonesia diketahui selaku negeri agraris di mana zona pertanian mempunyai kedudukan berarti dalam perekonomian nasional. Tidak hanya selaku penyedia kebutuhan pangan, zona pertanian pula selaku penyedia bahan baku industri. Dalam pembangunan nasional, zona pertanian jadi salah satu prioritas utama sebab kebanyakan penduduk Indonesia bekerja di zona pertanian. (Kusumawardhani, 2017) . Rata-rata Masyarakat Indonesia memakai pupuk dan pestisida untuk proses pertanian.

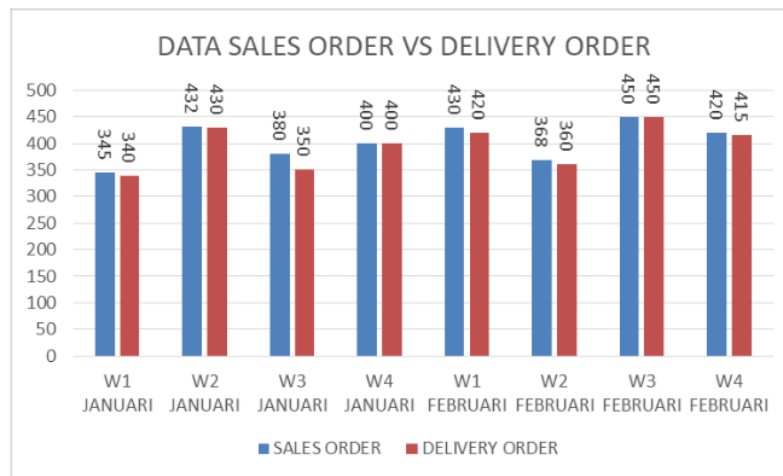
Perusahaan agrokimia yang ada di Indonesia memproduksi dan menawarkan produk untuk pertanian seperti Pestisida, Insektisida, Fungisida, Herbisida, dan pupuk kimia untuk

mengoptimalkan proses Bertani yang bisa menghasilkan panen dan keuntungan yang maksimal.

CV Konita Agro Putra ini bergerak sebagai distributor di bidang agrokimia yang mendistribusikan berbagai macam obat pertanian dengan merk seperti aminosong, Agamex 20 EC, Agarel 555 Ec, Prospero 80 WP & Puanmur 50 SP. Dimana area distribusi meliputi wilayah priangan timur (Bandung, Tasikmalaya, Garut, Ciamis, Pangandaran) sampai dengan Karawang.

Akurasi dalam pengiriman ⁵ penting untuk memastikan bahwa pelanggan menerima produk yang benar-benar mereka pesan dan tidak terjadi kesalahan dalam pengiriman (Kurniawan, 2023).

Para petani sangat mempertimbangkan ketersediaan barang dalam memilih produk agrokimia yang akan digunakan dalam proses Bertani mereka, karena jika ada barang yang tidak tersedia Ketika di butuhkan petani ini sangat berpengaruh terhadap proses Bertani mereka yang berefek langsung terhadap kepuasan para petani terhadap suatu produk agrokimia. Maka Perusahaan agrokimia harus memastikan akurasi dari pengiriman terhadap apa yang di minta atau di order oleh para petani.

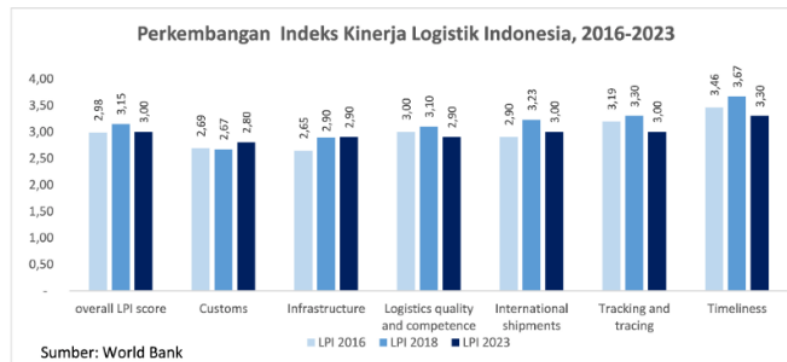


Gambar 1. Data Sales Order vs Delivery Order

Sumber : (Data Internal CV Konita Agro Putra)

Dari data yang di sajikan terdapat problem bagaimana CV KAP beberapa kali tidak dapat memenuhi pengiriman barang yang di minta dari konsumen sehingga akurasi pengiriman menjadi kurang dari yang seharusnya. Hal ini terjadi karena ketersediaan barang yang kurang di Gudang.

Selain itu kecepatan pengiriman juga berpengaruh terhadap kepuasan para petani terhadap suatu produk agrokimia karena jika pengiriman lambat otomatis jadwal pemberian pupuk dan pestisida para petani akan meleset dan berpengaruh pada hasil panen yang Dimana para petani akan kecewa terhadap Perusahaan agrokimia tersebut.

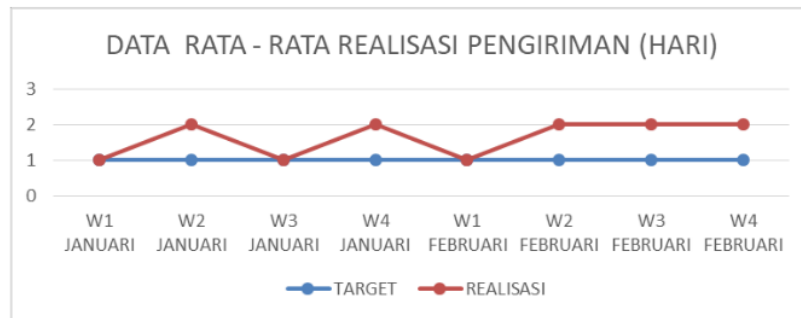


Gambar 1. Perkembangan Indeks Kinerja Logistik Indonesia

Sumber : (<https://anggaran.kemenkeu.go.id>)

Dari data Kementerian Keuangan, dari sisi pengiriman Indonesia memiliki skor 3,0 atau terjun bebas dari LPI 2018 (skor 3,67). Komponen ini mengukur kecepatan pengiriman, kualitas infrastruktur transportasi, layanan logistik, dan kemudahan administrasi. komponen waktu pengiriman menjadi faktor yang menjadi perhatian besar dalam kinerja logistik yang mengalami penurunan drastis menjadi skor 3,00 atau turun jauh dari LPI 2018 (skor 3,67). Hal ini menggambarkan bahwa pemerintah perlu memberikan perhatian serius pada aspek waktu pengiriman, waktu pemrosesan dokumen, waktu pengiriman barang, dan kepatuhan terhadap jadwal yang telah ditentukan. Salah satu contoh, berdasarkan data waktu pengiriman untuk paket pos yang tersedia pada tahun 2019, Indonesia membutuhkan rata-rata waktu distribusi sebanyak 13,3 hari. Waktu tersebut lebih lama dibandingkan India sebanyak 10,4 hari, Malaysia sebanyak 5,2 hari, atau China sebanyak 5,6 hari.

Mengacu data dari kemenkeu dengan menurun nya indeks kinerja pengiriman barang atau logistik di Indonesia di harapkan para distributor khususnya CV KAP ini lebih baik dari waktu pengiriman barang hingga sampai ke konsumen. Dari data internal yang di dapat CV KAP memiliki target pengiriman sampai ke konsumen H+1 atau satu hari setelah konsumen melakukan order.



Gambar 3. Data rata-rata realisasi pengiriman CV KAP

Sumber : (Data Internal CV KAP)

Kecepatan pengiriman ¹⁵ dalam perusahaan jasa akan menimbulkan suatu kesan atau nilai baik dari pelanggan, dan sebaliknya semakin lambat dalam melakukan pengiriman kepada pelanggan maka akan mengurangi citra suatu perusahaan (Jamaludin, 2023)

Perusahaan harus mempertimbangkan kecepatan pengiriman barang hingga sampai ke konsumen agar pelanggan merasa puas dengan kinerja Perusahaan dalam pengiriman barang pesanan mereka..

Menurut Kotler & Keller, (2013) mengatakan bahwa tarif pengiriman adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Menurut Tjiptono, (2014) tarif merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, tempat, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya/pengeluaran.

Para petani juga memikirkan biaya pengiriman dalam penggunaan produk agrokimia Dimana semakin efisien biaya pengiriman maka pelanggan akan semakin puas karena modal untuk Bertani bisa di tekan dan keuntungan bisa di maksimalkan oleh para petani.

2. KAJIAN TEORITIS

Kepuasan Pelanggan

¹¹ Kepuasan Pelanggan adalah suatu keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan atau kesenangan. (Khairil, 2021). ¹² Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. (Nurfarida, 2021). Kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan akan suatu produk atau jasa sebagai akhir dari suatu proses penjualan

memberikan dampak tersendiri kepada perilaku pelanggan akan produk tersebut. (Yuliarmi, 2019)

Kecepatan Pengiriman

Kecepatan pengiriman merupakan suatu interval waktu yang mencakup periode untuk mengangkut pesanan yang berikutnya pelaksanaan mengirimkan ke posisi yang dihendaki oleh konsumen (Anggraeni, 2024). Kecepatan pengiriman dalam perusahaan jasa akan menimbulkan suatu kesan atau nilai baik dari pelanggan, dan sebaliknya semakin lambat dalam melakukan pengiriman kepada pelanggan maka akan mengurangi citra suatu perusahaan (Jamaludin, 2023). pengiriman yang cepat dan tepat waktu memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada suatu perusahaan jasa pengiriman (Rahmawati, 2023). Bagi sejumlah perusahaan jasa, waktu adalah kendala utama untuk proses produksi jasanya, bila waktu mereka tidak dipergunakan secara efektif, mereka akan kehilangan keuntungan (Kawasa, 2020).

Akurasi Pengiriman

Akurasi dalam pengiriman penting untuk memastikan bahwa pelanggan menerima produk yang benar-benar mereka pesan dan tidak terjadi kesalahan dalam pengiriman (Kurniawan, 2023). Kualitas pelayanan yang dapat perusahaan jasa pengiriman berikan adalah dengan ketepatan dalam pengiriman, kecepatan dalam pengiriman, dan keramah tamahan dalam membangun suatu nilai kepuasan untuk pelanggan (Mawarni, 2022).

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat dikatakan bahwa akurasi pengiriman merupakan suatu hal yang krusial bagi perusahaan jasa pengiriman dan menjadi tolak ukur bagi pelanggan untuk menentukan pilihan perusahaan jasa pengiriman yang dipilih untuk mengirim produk.

Biaya Pengiriman

Biaya pengiriman merupakan beban yang harus dibayarkan untuk mengirim suatu produk ke tempat tujuan (Arofah, 2021). Biaya pengiriman merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam rangka mengirimkan barang ke pelanggan (Asiyah, 2021). Biaya pengiriman adalah biaya yang dibebankan kepada pelanggan untuk pengiriman barang atau produk dari penjual ke alamat tujuan yang ditentukan (Sari, 2019). Biaya pengiriman mencakup semua biaya yang terkait dengan proses pengiriman barang dari titik asal hingga tujuan akhir (Manek, 2020).

Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang dilihat dari rumusan masalah yang berbentuk pernyataan, berdasarkan rumusan masalah diatas, maka hipotesis yang dirumuskan penulis sebagai berikut:

H₁: Diduga ada pengaruh Kecepatan Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan, dibuktikan oleh (Huda,2023) Hasil dari penelitian yaitu Waktu pengiriman/kecepatan pengiriman memberikan pengaruh yang positif dan signifikan kepada kepuasan pelanggan.

H₂: Diduga ada pengaruh Akurasi Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan, dibuktikan oleh (Sudiantini, 2023) Hasil penelitian ini menunjukkan dengan penerapan teknologi yang meningkatkan akurasi pengiriman membuat pelanggan merasa lebih puas dengan layanan yang diberikan jasa pengiriman.

H₃: Diduga ada pengaruh Biaya Pengiriman terhadap Kepuasan pelanggan, dibuktikan oleh (Arofah, 2021) Hasil penelitian ini menunjukkan dengan menggunakan metode tertentu maka kita dapat menghitung biaya pengiriman yang paling optimal dalam melakukan pengiriman barang

H₄ : Diduga ada pengaruh kecepatan, akurasi, dan biaya pengiriman secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Dibuktikan salah satu oleh (Asiyah, 2021) Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian produk dan ongkos kirim berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian Konsumen Shopee di Kabupaten Ponorogo.

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini untuk menyusun dari keseluruhan hal yang telah direncanakan oleh peneliti untuk mendapatkan hasil untuk membuat hipotesis. Dengan menggunakan Penelitian kuantitatif, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan sebagai iptek baru dengan data penelitian berupa angka-angka dan analisis statistik (Balaka, 2022). Untuk pengambilan data, peneliti memilih sumber data primer dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner ini akan dibagikan kepada responden secara *online* atau daring (dalam jaringan) melalui *google form*.

Pada penelitian ini populasi yang diambil jumlahnya tidak diketahui secara pasti dengan menggunakan populasi pelanggan CV Konita Agro Putra. Jenis populasi yang akan diteliti adalah populasi infinite, karena peneliti tidak mengetahui jumlah secara pasti pelanggan yang pernah membeli produk CV Konita Agro Putra.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

6 Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Hasil dari Uji Normalitas dengan menggunakan program SPSS versi 24 adalah sebagai berikut:

3 **Tabel 1. Hasil Uji Normalitas**
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.28076449
Most Extreme Differences	Absolute	.131
	Positive	.062
	Negative	-.131
Test Statistic		.131
Asymp. Sig. (2-tailed)		.093 ^c

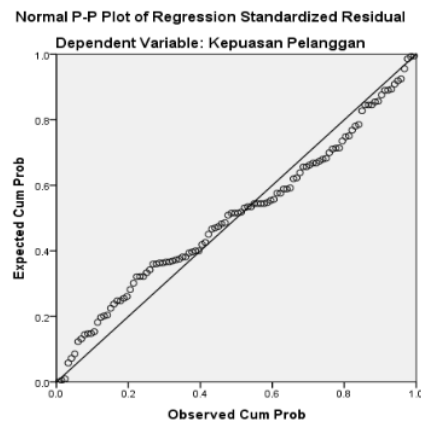
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

24 Pada metode uji Kolmogorov- Smirnov, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikansi $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal. Dari hasil tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2- tailed) sebesar $0,093 > 0,05$ hal ini membuktikan bahwa data berdistribusi normal. Hasil dari Uji Normalitas dengan menggunakan program SPSS versi 24 dengan model P-Plot adalah sebagai berikut:



Gambar 4. Model P-Plot

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

7 Berdasarkan hasil pengujian normalitas data menyebar disekitar garis diagonal, berarti model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dapat diambil keputusan bahwa data yang di analisis telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

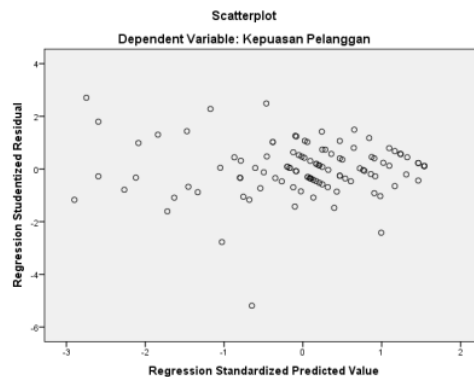
Tabel 2. Uji Multikolinieritas

Variabel bebas	Perhitungan		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kecepatan Pengiriman	0,525	1,904	Tidak ada multikolinieritas
Akurasi Pengiriman	0,432	2,314	Tidak ada multikolinieritas
Biaya Pengiriman	0,414	2,416	Tidak ada multikolinieritas

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Pada tabel 4.10 Uji Multikolinieritas dapat diketahui nilai tolerance yang diperoleh masing- masing variabel Kecepatan Pengiriman 0,525 dan nilai VIF 1,904, Akurasi Pengiriman 0,432 dan nilai VIF 2,314 dan Biaya Pengiriman adalah 0,414 dan nilai VIF sebesar 2,416. Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas dalam model regresi berganda.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 5. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

10 Gambar 4.4 tersebut menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar dengan baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, dan titik-titiknya tersebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, berarti tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi berganda. Sehingga model regresi ini layak digunakan untuk memprediksi Kepuasan

Pelanggan berdasarkan variabel yang mempengaruhinya, yaitu Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pengiriman dan Biaya Pengiriman.

21 Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian yang dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel. Masing-masing variabel independen dikatakan mempunyai pengaruh yang signifikan apabila nilai t-hitung > t-tabel atau nilai signifikansi < 0,05 (5%). Hasil analisis uji t menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3. Uji t
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.523	1.410		3.209	.002
	Kecepatan Pengiriman	.173	.066	.195	2.637	.010
	Akurasi Pengiriman	.246	.103	.194	2.381	.019
	Biaya Pengiriman	.506	.078	.536	6.452	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan dari hasil uji t pada tabel 4.12 diatas maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Kecepatan Pengiriman (X1) memiliki t-hitung 2.637 > t-tabel 1,659 dan tingkat signifikan sebesar 0,010 < 0,05 atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Maka dengan kata lain hipotesis pertama (H1) diterima. Maka kesimpulannya bahwa secara parsial Kecepatan Pengiriman (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Akurasi Pengiriman (X2) memiliki t-hitung 2.381 > t-tabel 1,659 dan tingkat signifikan sebesar 0,019 < 0,05 atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Maka dengan kata lain hipotesis kedua (H2) diterima. Maka kesimpulannya bahwa secara parsial Akurasi Pengiriman (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
3. Biaya Pengiriman (X3) memiliki t-hitung 6.452 > t-tabel 1,659 dan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,05 atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Maka dengan kata lain hipotesis kedua (H3) diterima. Maka kesimpulannya bahwa secara parsial Biaya Pengiriman (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji F

Uji F ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil analisis uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	567.006	3	189.002	81.157	.000 ^b
	Residual	246.858	106	2.329		
22	Total	813.864	109			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pengiriman

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa nilai probabilitas signifikansi uji F lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai F-hitung $81.157 > F$ -tabel 2,690. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pengiriman dan Biaya Pengiriman secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai R² berkisar antara nol sampai satu, semakin mendekati angka satu dapat dikatakan model tersebut semakin baik. Hasil analisis uji koefisien determinasi (R²) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. Uji Koefisien Dterminasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.697	.688	1.526

a. Predictors: (Constant), Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pengiriman

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.14 hasil uji koefisiensi determinasi (R²) diatas menunjukkan nilai R Square yang dihasilkan sebesar 0,697 atau 69,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen (Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pengiriman dan Biaya Pengiriman) sebesar 69,7%, sedangkan 30,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar dari penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kecepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis dapat dilihat pada uji t yang menunjukkan bahwa Kecepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan signifikan, hal itu dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar $0,010 < 0,05$ atau nilai signifikan lebih kecil dari $0,05$. Hal tersebut juga didukung dengan t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel. Nilai t-hitung yang didapat dari variabel Kecepatan Pengiriman sebesar $2,637 > t\text{-tabel } 1,657$ dan $\beta = 0,173$ bersifat positif. Artinya Kecepatan Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus CV. Konita Agro Putra).

Pengaruh Akurasi Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis dapat dilihat pada uji t yang menunjukkan bahwa pengaruh Akurasi Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan signifikan, hal itu dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar $0,019 < 0,05$ atau nilai signifikan lebih kecil dari $0,05$. Hal tersebut juga didukung dengan t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel. Nilai t-hitung yang didapat dari variabel Akurasi Pengiriman sebesar $2,381 > t\text{-tabel } 1,657$ dan $\beta = 0,246$ bersifat positif. Artinya Akurasi Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Biaya Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian hipotesis dapat dilihat pada uji t yang menunjukkan bahwa pengaruh Biaya Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan signifikan, hal itu dapat dilihat dari nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ atau nilai signifikan lebih kecil dari $0,05$. Hal tersebut juga didukung dengan t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel. Nilai t-hitung yang didapat dari variabel Biaya Pengiriman sebesar $6,452 > t\text{-tabel } 1,657$ dan $\beta = 0,506$ bersifat positif. Artinya Biaya Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh Kecepatan Pengiriman, akurasi Pengiriman dan Biaya Pengiriman Terhadap Motivasi Kerja

Berdasarkan hasil uji simultan telah diperoleh F-hitung sebesar $81,157 > F\text{-tabel } 3,070$ atau F-hitung lebih besar dari pada F-tabel. Dari hasil uji tersebut juga dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ atau lebih kecil dari $0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara bersama-sama atau secara simultan variabel Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pengiriman dan Biaya Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus CV. Konita Agro Putra). Nilai koefisien determinasi sebesar $0,697$

atau 69,7%. Artinya bahwa variabel Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pengiriman dan Biaya Pengiriman secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus CV. Konita Agro Putra) sebesar 69,7% dan sisanya 30,3% dipengaruhi oleh variabel – variabel lain diluar penelitian ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pengiriman dan Biaya Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus CV. Konita Agro Putra), maka penulis memperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh Kecepatan Pengiriman secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus CV.Konita Agro Putra).
2. Terdapat pengaruh Akurasi Pengiriman secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus CV.Konita Agro Putra).
3. Terdapat pengaruh Biaya Pengiriman secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus CV.Konita Agro Putra).
4. Terdapat pengaruh simultan antara Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pengiriman dan Biaya Pengiriman secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus CV.Konita Agro Putra).

Saran

Setelah melakukan analisis data dan sebuah pengamatan terhadap semua keterbatasan yang ada, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Akademis
Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa. Dan bisa menjadi acuan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan variabel yang diteliti di penelitian ini.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya
Diharapkan mampu memberikan masukan, pengetahuan dan pemahaman mengenai Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pengiriman dan Biaya Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus CV.Konita Agro Putra).

3. Bagi Perusahaan

Diharapkan perusahaan terus menjaga kepuasan pelanggannya dalam segi kecepatan pengiriman yang terus dipertahankan, akurasi pengiriman dan biaya pengiriman dalam meningkatkan rasa puas pada pelanggan

DAFTAR REFERENSI

- Anggraeni, O. D. (2024). Pengaruh tarif dan kecepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan e-commerce. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 783-793.
- Arofah, I., & Arofah, I. (2021). Optimasi biaya distribusi barang dengan menggunakan model transportasi. *JMT: Jurnal Matematika Dan Terapan*, 1-9.
- Asiyah, A. (2021). Pengaruh penilaian produk dan ongkos kirim terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee di Kabupaten Ponorogo [Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo].
- Balaka, M. Y. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*.
- Berliana, P. N. (2020). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada JNE Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan). *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, And Accounting National Seminar)*, 440-456.
- Dewi, N. L. (2019). Pengaruh rasio likuiditas, rasio leverage, dan rasio profitabilitas terhadap financial distress pada perusahaan manufaktur. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*.
- Huda, T. N. (2023). Pengaruh kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada pelanggan J&T Grati Pasuruan). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 85-92.
- Jamaludin, A. W. (2023). Pengaruh kecepatan pengiriman dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT Sicepat Ekspres Jati Sampurna di Bekasi. *Sosio E-Kons*.
- Janna, N. M. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Kawasa, A. J. (2020). Pengaruh harga kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman barang JNE (Studi kasus: JNE Cabang Kebon Nanas) [Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta].
- Khaerunisa, A., Marhadi, A., Cahyani, R., Maulia, I. R., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2023). Pengaruh kompensasi dan motivasi kerja pada kinerja karyawan. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1. <https://journal.csspublishing/index.php/ijm>
- Kurniawan, I. (2023). Pengukuran kinerja variabel source dan delivery dengan menggunakan metode Supply Chain Operation Reference (SCOR).

- Manek, A. R. (2020). Analisa biaya pengiriman dengan direct delivery dan regular delivery melalui distribution center terhadap efisiensi biaya kirim di PT NSVL [Doctoral dissertation, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis].
- Masyarakat Kewirausahaan Bidang Ekonomi Kreatif Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Desa Sriamur, P., Utara, T., Matdio Siahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, B., Bhayangkara Jakarta Raya, U., Raya Perjuangan, J., Mulya, M., & Utara, B. (n.d.). Artikel volume X number X. <https://doi.org/10.53276/xxxxx>
- Mawarni, O. D. (2022). Pengaruh fasilitas sistem pelacakan online, ketepatan waktu pengiriman, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express (Studi pada J&T Express Cabang Kota Karanganyar). *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 445-450.
- Moelin, D., & Moelin, D. (2022). Analisis penyebab misroute dalam pengiriman barang menggunakan metode fishbone di PT. JNE Station Center Gedebage.
- Nansi, M. R. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pemilihan jasa pengiriman barang. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 317-324.
- Nursal, M. F. (2023). Pengaruh electronic word of mouth (eWOM) terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada jasa transportasi online Maxim di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 111-118.
- Rahmawati, W. A. (2023). Kendala kecepatan pengiriman dan pembelian di e-commerce. *Journal Sains Student Research*, 944-955.
- Rohman, S., & Rohman, S. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman barang Ninja Express di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Logistik Indonesia*, 73-85.
- Sada Harahap, K., Kelautan Dan Perikanan Dumai, P., Wan Amir, J., Pangkalan Sesai, K., Dumai Barat, K., Dumai, K., & Riau, P. (2020). Kajian pengendalian mutu produk tuna loin precooked frozen menggunakan metode skala.
- Santika, E., Yohanas, A. A., Rahmadiani, R., & Maulia, I. R. (2024). Pengaruh budaya organisasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan (literature review). *Trending*, 2(1), 187-199. <https://doi.org/10.30640/trending.v2i1.1938>
- Sari, V.N. (2019). Pengaruh gratis ongkos kirim, diskon, dan iklan Shopee terhadap keputusan pembelian konsumen pada mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta [Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha].
- Setiawan, R. (2023). Sistem pendukung keputusan pemilihan layanan pengiriman barang menggunakan metode simple additive weighting. *Rabit: Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Univrab*, 155-163.
- Siahaan, M., Akuntansi, P., Ekonomi, F., Bhayangkara, U., Raya, J., Raya Perjuangan, J., Mulya, M., & Utara, B. (2020). Terakreditasi Peringkat 5 (SINTA 5) sesuai SK RISTEKDIKTI Nomor. *Edisi Khusus* (Issue 1). <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JKI>

- Simatupang, L. N. (2020). Pengaruh kualitas jasa, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE (Studi kasus pada PT. JNE Tomang 9 Jakarta Barat). *Jurnal Manajemen*, 23-32.
- Sudiantini, D. F. (2023). Pengaruh penerapan teknologi terhadap peningkatan efisiensi jasa pengiriman barang dalam manajemen logistik PT JNE Express. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 120-130.
- Sulistyo, J. A. (2022). Analisis keterlambatan pengiriman paket menggunakan metode six sigma di J&T Express DC Sleman Barat Yogyakarta. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1453-1468.
- Widjanarko, W., & Saputra, F. (n.d.). Analisis keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan terhadap voucher gratis ongkos kirim e-commerce Shopee Indonesia. <https://doi.org/10.31933/jimt.v4i5>
- Widjanarko, W., Raya Jl Raya Perjuangan, J., Mulya, M., Utara, B., & Barat, J. (2020). Terakreditasi Peringkat 5 (SINTA 5) sesuai SK RISTEKDIKTI Nomor. *Jurnal Kewirausahaan Indonesia*, 20(3), 261-268. <http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JKI>
- Yudiana, I. M. (2020). Faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada JNE KP Negara. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 70-81.

Analisis Pengaruh Kecepatan, Akurasi, dan Biaya Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus CV Konita Agro Putra)

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

14%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnal.stieimalang.ac.id Internet Source	1%
2	journal.ppmi.web.id Internet Source	1%
3	Submitted to ukb Student Paper	1%
4	andi triyawan. "PENGARUH INFLASI, SUKUK, DAN EKSPOR TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA TAHUN 2011-2019", Open Science Framework, 2022 Publication	1%
5	repositori.uma.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Trisakti University Student Paper	1%
7	ejurnal.unim.ac.id Internet Source	1%

8	Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu 2017, Zulfa Khairina Batubara, Muhammad Ansori. "Pengaruh Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gula Merah Nira Sawit Di Kisaran", INA-Rxiv, 2017 Publication	1 %
9	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	1 %
10	jurnalpemasaran.petra.ac.id Internet Source	1 %
11	jurnal.stmikroyal.ac.id Internet Source	1 %
12	edoc.pub Internet Source	1 %
13	ejournal.45mataram.ac.id Internet Source	1 %
14	stiemuttaqien.ac.id Internet Source	1 %
15	eprints.umm.ac.id Internet Source	1 %
16	Eva Suwarni, Ambar Lukitaningsih, Muinah Fadhilah. "Analisis Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Nilai Pelanggan, Lokasi dan Persepsi Harga dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan	1 %

Indomaret di Yogyakarta", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2022

Publication

17 etheses.iainkediri.ac.id 1 %
Internet Source

18 Arief Ersyandi. "KEMAMPUAN BELAJAR MATA
KULIAH TEORI SASTRA MAHASISWA LAKI-
LAKI ANGKATAN 2021 PENDIDIKAN BAHASA
DAN SASTRA INDONESIA UNIVERSITAS RIAU",
Open Science Framework, 2023 1 %
Publication

19 Submitted to Yeungnam University 1 %
Student Paper

20 ejurnal.stie-trianandra.ac.id 1 %
Internet Source

21 journal.stekom.ac.id 1 %
Internet Source

22 Pasquita Patricia Manurung, Sahnani
Rangkuti, Al Firah. "PENGARUH BIAYA
PENGIRIMAN DAN ESTIMASI PENGIRIMAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT.
LAUTAN BENUA NUSANTARA INDONESIA DI
MEDAN", Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan
Bisnis, 2024 1 %
Publication

23 Submitted to Universitas Putera Batam 1 %
Student Paper

24

eprint.ulbi.ac.id

Internet Source

1 %

25

journal.student.uny.ac.id

Internet Source

1 %

26

repository.stiesia.ac.id

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On