

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express di Aceh Tamiang

Wahyu Amanda¹, Muhammad Fuad², Najihatul Faridy³

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

E-mail: wahyuamanda966@gmail.com¹

Article History:

Received: 23 Agustus 2025

Revised: 30 September 2025

Accepted: 06 Oktober 2025

Keywords:

kualitas pelayanan, ketepatan waktu, harga, loyalitas pelanggan

Abstract: *riset ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Aceh Tamiang yang menggunakan jasa ekspedisi J&T ekspres. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik accidental sampling dan diperoleh sampel sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data penelitian menggunakan penelitian lapangan berupa wawancara dan kuesioner. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi (Adjusted R²). Hasil persamaan regresi linear berganda menunjukkan $Y = 9,012 + 0,301 X_1 + 0,094 X_2 + 0,712 X_3$. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji parsial (uji-t) variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) memperlihatkan bahwasanya kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.*

PENDAHULUAN

Industri layanan ekspedisi di masa industri 4.0 berkembang cukup pesat seiring evolusi teknologi data dan interaksi, terutama dipicu oleh naiknya aktivitas belanja daring melalui e-commerce yang sudah melekat pada kebiasaan membeli masyarakat. Persaingan antarperusahaan logistik pun semakin intens, mendorong mereka untuk menawarkan layanan yang lebih cepat, akurat, dan kompetitif. J&T Express termasuk dalam jajaran lembaga pelayanan logistik, telah memperluas jangkauan hingga ke wilayah Aceh Tamiang. Meskipun demikian, perusahaan ini menghadapi sejumlah tantangan yang berpotensi memengaruhi loyalitas pelanggan, seperti keluhan mengenai kualitas pelayanan akibat kerusakan paket yang tidak direspons dengan solusi efektif, tarif pengiriman yang relatif tinggi dibandingkan penyedia lain, serta ketidaksesuaian ketepatan waktu pengiriman dengan estimasi yang dijanjikan.

Permasalahan tersebut berkaitan erat dengan konsep kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu yang menjadi faktor penentu utama kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Kotler dan

Armstrong (2018), harga mencerminkan nilai yang ditukar konsumen untuk memperoleh manfaat tertentu, sedangkan Handoko (2021) menegaskan bahwa ketepatan waktu merupakan salah satu tolok ukur keandalan layanan. Sementara itu, Tjiptono (2019) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan mencakup aspek *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, yang berperan langsung dalam membentuk kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan ketidakkonsistenan, pada temuan Rizky dan Sri (2014) menemukan pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, sementara Hafizha et al. (2019) melaporkan pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Demikian pula, studi Aliftian et al. (2021) menunjukkan hasil yang berbeda terkait pengaruh harga terhadap kepuasan. Sebaliknya, penelitian oleh Siburian dan Kartika (2021) serta Dewantoro et al. (2021) konsisten memberi bukti bahwasanya ketepatan waktu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Perbedaan temuan ini memunculkan research gap yang penting untuk dikaji lebih lanjut, khususnya pada konteks loyalitas pelanggan di sektor ekspedisi.

Berdasarkan kajian pustaka dan hasil studi sebelumnya, loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai komitmen untuk melakukan pembelian berulang secara konsisten meskipun terdapat penawaran dari kompetitor (Susnita 2020). Pelanggan yang loyal tidak hanya memberikan keuntungan jangka panjang, tetapi juga dapat menjadi sumber promosi melalui rekomendasi positif. Oleh sebab itu, riset ini dilaksanakan guna menelaah pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu terhadap loyalitas pelanggan J&T Express di Aceh Tamiang, sehingga diharapkan dapat memperkaya literatur pemasaran jasa dan memberikan masukan strategis bagi perusahaan dalam mempertahankan basis pelanggannya.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Berdasarkan pendapat arianto (2018) kualitas pelayanan dimaknai sebagai upaya yang berorientasi pada pemenuhan keperluan serta standar yang ditetapkan, serta ketepatan waktu dalam merealisasikan harapan pelanggan. Konsep ini berlaku untuk seluruh bentuk layanan yang diberikan perusahaan selama pelanggan berinteraksi atau berada dalam lingkungan perusahaan.

kualitas pelayanan yang maksimal dari perusahaan akan mendatangkan nilai yang berkualitas bagi pelanggan. Kualitas pelanggan sangat dibutuhkan dalam dunia bisnis, karena pelanggan atau konsumen memiliki keinginan yang setiap saat wajib diwujudkan dan dipenuhi. Pembeli selalu berharap mendapatkan pelayanan terbaik dari para penyalur produk/jasa, dan dalam hal ini pembeli juga ingin diperlakukan dengan sikap profesional serta memperoleh sesuatu yang sesuai dengan keinginan mereka (Utami and Pusporini 2019).

Ketepatan Waktu

Ketepatan waktu merupakan rentang periode sejak pelanggan melakukan pemesanan produk hingga produk tersebut diterima. Perkiraan waktu kedatangan umumnya berfungsi sebagai pedoman bagi konsumen untuk mengevaluasi mutu sebuah pengiriman (handoko 2021).

Ketepatan waktu penyaluran menjadi prioritas utama bagi pengelola usaha transportasi logistik, di mana setiap paket yang masuk perlu diantarkan sesuai jadwal yang telah ditetapkan. Hal tersebut berhubungan erat dengan kesetiaan konsumen yang berpotensi memberikan efek positif atau negatif terhadap keberlangsungan bisnis tersebut.

Harga

Harga adalah unit nilai atau instrumen pengukur lainnya (mencakup komoditas dan layanan) yang bisa dipertukarkan untuk mendapatkan hak kepemilikan atau hak pemakaian atas suatu komoditas atau layanan. (Tjiptono 2019). Sementara Kotler dan Armstrong (2018) mengartikan harga merupakan besaran dana yang dibayarkan untuk memperoleh barang atau layanan; lebih lanjut, harga diartikan sebagai total keseluruhan nilai yang pengguna tukarkan demi mendapatkan macam-macam kebaikan melalui memiliki atau menggunakan suatu benda atau pelayanan.

Menurut pernyataan tersebut, arti harga merupakan jumlah nominal yang dibayarkan untuk suatu produk atau pelayanan, yang ditukar demi memperoleh kepemilikan dan hak penggunaan dalam proses jual beli secara umum.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode statistik dengan instrumen kuesioner yang dilaksanakan pada pelanggan J&T Express di Gampong Bundar, Kecamatan Karang Baru, Kabupaten Aceh Tamiang, selama Desember 2024 hingga Maret 2025. Populasi penelitian mencakup seluruh pelanggan yang pernah menggunakan jasa J&T Express Aceh Tamiang minimal satu kali dalam enam bulan terakhir, dengan penentuan sampel secara purposive sampling dan jumlah responden sebanyak 100 orang. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, serta penyebaran kuesioner berskala Likert, sedangkan data sekunder bersumber dari literatur, jurnal, dan dokumen relevan. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS 22 melalui uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas), kemudian dilanjutkan dengan regresi linier berganda, uji t, dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas sendiri bertujuan untuk mengetahui bahwa tiap variabel bisa digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Selanjutnya disajikan hasil pemeriksaan terhadap percontohan pada riset ini.

Tabel 1. Hasil uji validitas

No	Item	rHitung	rTabel & Kesimpulan
1	X1.1	0.394	0.361 (Valid)
2	X1.2	0.374	0.361 (Valid)
3	X1.3	0.402	0.361 (Valid)
4	X1.4	0.452	0.361 (Valid)
5	X1.5	0.338	0.361 (Valid)
6	X1.6	0.465	0.361 (Valid)
7	X1.7	0.455	0.361 (Valid)
8	X1.8	0.527	0.361 (Valid)
9	X1.9	0.402	0.361 (Valid)
10	X1.10	0.414	0.361 (Valid)
11	X1.11	0.417	0.361 (Valid)
12	X1.12	0.439	0.361 (Valid)
13	X2.1	0.665	0.361 (Valid)
14	X2.1	0.448	0.361 (Valid)
15	X2.3	0.379	0.361 (Valid)
16	X2.4	0.566	0.361 (Valid)

17	X2.5	0.518	0.361 (Valid)
18	X2.6	0.377	0.361 (Valid)
19	X3.1	0.485	0.361 (Valid)
20	X3.2	0.431	0.361 (Valid)
21	X3.3	0.708	0.361 (Valid)
22	X3.4	0.459	0.361 (Valid)
23	X3.5	0.435	0.361 (Valid)
24	X3.6	0.554	0.361 (Valid)
25	X3.7	0.411	0.361 (Valid)
26	X3.8	0.418	0.361 (Valid)
27	X3.9	0.461	0.361 (Valid)
28	Y1	0.486	0.361 (Valid)
29	Y2	0.484	0.361 (Valid)
30	Y3	0.451	0.361 (Valid)
31	Y4	0.732	0.361 (Valid)
32	Y5	0.532	0.361 (Valid)
33	Y6	0.591	0.361 (Valid)
34	Y7	0.583	0.361 (Valid)
35	Y8	0.659	0.361 (Valid)
36	Y9	0.637	0.361 (Valid)
37	Y10	0.657	0.361 (Valid)
38	Y11	0.665	0.361 (Valid)
39	Y12	0.641	0.361 (Valid)
40	Y13	0.628	0.361 (Valid)

Sumber: Data diolah (2025)

Uji validitas membuktikan bahwasanya semua butir butir soal di tiap variabel mempunyai nilai korelasi yang melebihi r tabel, sehingga seluruhnya dinyatakan valid. Oleh karena itu, semua indikator yang digunakan layak dipertahankan sebagai alat ukur variabel loyalitas pelanggan.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilaksanakan guna menjamin bahwa penilaian yang memanfaatkan tolok ukur serupa akan memberikan keluaran yang tetap ketika diulang kembali.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

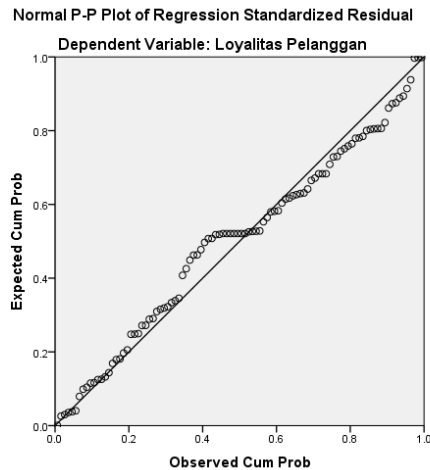
Cronbach's Alpha	N of Items
0,921	39

Sumber: Data diolah (2025)

Hasil pengujian keandalan mengindikasikan skor Cronbach Alpha sebesar 0,921 ($>0,6$), sehingga semua variabel dianggap andal. Ini berarti pernyataan pada angket bersifat konsisten, tepat, dan pantas digunakan sebagai instrumen pengukuran penelitian.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah nilai residul didalam model regresi memiliki distribusi data yang normal atau tidak normal.



Sumber: Data diolah (2025)

Gambar 1. Grafik P-Plot

Merujuk pada ilustrasi di atas, tampak bahwa persebaran hasil kajian relatif mendekati garis serong, serta aspek lainnya mengindikasikan bahwa informasi penelitian ini memiliki distribusi yang normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residu satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
(Constant)	9.012	4.373		2.061	.042		
Kualitas Pelayanan	.301	.155	.233	1.946	.055	.319	3.135
Ketepatan Waktu	.094	.321	.056	.295	.769	.125	7.989
Harga	.712	.240	.502	2.970	.154	.160	6.257

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasar hasil pengolahan data, setiap variabel memperlihatkan nilai signifikansi melebihi 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa model regresi pada riset ini terbebas dari tanda-tanda heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	9.012	4.373		2.061	.042		

Kualitas Pelayanan	.301	.155	.233	1.946	.022	.319	3.135
Ketepatan Waktu	.094	.321	.056	.295	.000	.125	7.989
Harga	.712	.240	.502	2.970	.002	.160	6.257

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa konstanta (α) sebesar 9,012, koefisien regresi kualitas pelayanan (β_1) sebesar 0,301 dan ketepatan waktu (β_2) sebesar 0,094, serta harga 0,712 sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 9,012 + 0,301 X_1 + 0,094 X_2 + 0,712 X_3$$

Uji t

Uji parsial atau Uji t merupakan pengujian koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikan secara parsial atau masing-masing variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3) terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 5. Hasil uji t

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	9.012	4.373		2.061	.042		
Kualitas Pelayanan	.301	.155	.233	1.946	.022	.319	3.135
Ketepatan Waktu	.094	.321	.056	.295	.000	.125	7.989
Harga	.712	.240	.502	2.970	.002	.160	6.257

Sumber: Data diolah (2025)

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan harga masing-masing memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05, sehingga ketiganya berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Uji F

Uji F berfungsi untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3711.208	3	1237.069	41.060	.000
Residual	2892.352	96	30.129		
Total	6603.560	99			

Sumber: Data diolah (2025)

Hasil uji F menunjukkan bahwasanya nilai signifikansi berada dibawah 0,06, sehingga dinyatakan variabel independen memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Pembahasan

Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan (X_1), ketepatan waktu (X_2), dan harga (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, yang ditunjukkan oleh nilai Fhitung 41,060 lebih besar dari Ftabel 3,090 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Temuan ini memperkuat hipotesis bahwa ketiga variabel tersebut bersama-sama memengaruhi loyalitas pelanggan J&T Express Aceh Tamiang. Analisis regresi linier berganda

juga menunjukkan koefisien determinasi sebesar 0,660, yang berarti 66% variasi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan harga, sedangkan sisanya 34% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian seperti promosi, penilaian pelanggan, atau kualitas produk.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, riset ini memperlihatkan bahwasanya kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan J&T Express Aceh Tamiang, secara individu ataupun kolektif. Fakta ini menandakan bahwa semakin unggul kualitas pelayanan, semakin tepat waktu pengiriman, dan semakin sesuai harga yang ditawarkan, maka tingkat loyalitas pelanggan akan semakin tinggi.

Studi ini diharapkan berperan sebagai rujukan untuk peneliti dan akademisi dalam pengembangan kajian di bidang manajemen, khususnya terkait pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Bagi J&T Express, penting untuk terus meningkatkan mutu layanan, menjaga ketepatan waktu pengiriman, serta menetapkan harga yang kompetitif, disertai penanganan keluhan pelanggan secara cepat dan solutif agar tingkat loyalitas pelanggan tetap terjaga dan perusahaan mampu bersaing secara berkelanjutan.

DAFTAR REFERENSI

- Handoko, T. Hani. 2021. *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, P., and G. Armstrong. 2018. *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Susnita. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Hotel Grand Tembaga Di Kota Timika." *Journal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBIMAN)* 1(4):227–42.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Utami, Handayani, and Pusporini. 2019. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada The Centro Hotel & Residence By Orchardz Batam." *UPB REPO*.