

**PENGARUH WAKTU PENGIRIMAN, HARGA, *COMPLAIN*
CUSTOMER TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
MELALUI *TRACKING SYSTEM* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DUNIA PAKET**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

MUHAMMAD RIZAL

NIM 4119029

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

**PENGARUH WAKTU PENGIRIMAN, HARGA, *COMPLAIN*
CUSTOMER TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
MELALUI *TRACKING SYSTEM* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DUNIA PAKET**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

MUHAMMAD RIZAL

NIM 4119029

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Rizal

NIM : 4119029

Judul Skripsi : **Pengaruh Waktu Pengiriman, Harga, *Complain Customer* Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui *Tracking System* Sebagai Variabel Intervening Dunia Paket.**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya tulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 04 Juli 2023

Yang Menyatakan



10000
METER
62264AKX536671637

Muhammad Rizal

NOTA PEMBIMBING

Gunawan Aji, M.Si.

Alamat : Jl. Ampera No. 37 Pagongan Dukuh Turi Tegal

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Muhammad Rizal

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Muhammad Rizal

NIM : 4119029

Judul Skripsi : **Pengaruh Waktu Pengiriman, Harga, *Complain Customer* Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui *Tracking System* Sebagai Variabel Intervening Dunia Paket.**

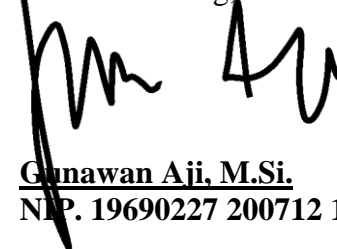
Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 11 Juni 2023

Pembimbing,



Gunawan Aji, M.Si.

NIP. 19690227 200712 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl Pahlawan KM.52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **Muhammad Rizal**

Nim : **4119029**


Judul Skripsi : **Pengaruh Waktu Pengiriman, Harga, *Complain Customer* Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui *Tracking System* Sebagai Variabel Intervening Dunia Paket**

Dosen Pembimbing : **Gunawan Aji, M.Si.**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 20 Juli 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I


Ahmad Sukron, M.E.I
NIP. 19711015 200501 1 003

Penguji II


Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I.
NIP. 19980212 201903 1 006

Pekalongan, 24 Juli 2023
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Hj. Sinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 19750220 199903 2 001

MOTTO

"Kesempatan tidak akan pernah datang dua kali. Tetapi, kesempatan akan selalu datang kepada siapa saja yang tidak pernah berhenti untuk mencoba" ~Dzawin Nur

"Semua pengalaman pahit ketika sudah bernostalgia, semuanya akan menjadi kenangan manis" ~ Muhammad Rizal

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta saya, Bapak Slamet dan Ibu Riskiyah yang selalu memberi dukungan serta semangat demi kelangsungan hidup dan kesejahteraan saya dimasa yang akan datang. Terimakasih atas doa-doayang senantiasa kalian panjatkan dan terimakasih yang tak terhingga untuk segalanya.
2. Kakak dan adekku tersayang, mas Ma'mun, mbak Athik, dan adekku Latifah dan juga seluruh keluarga besar yang selalu mendukung, selalu ada dan selalu menemani serta memberikan support kepada saya.
3. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

4. Dosen Pembimbing saya Bapak H. Gunawan Aji M.Si dan yang telah berkenan mendidikku dengan sabar. Semoga amal baik yang diberikan dapat dibalas dengan berlipat ganda oleh ALLAH SWT.
5. Sahabat-sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang selalu memberi semangat, dukungan serta bantuan kepada saya.
6. Rekan dan rekanita Pimpinan Ranting IPNU dan IPPNU Medono, dan semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

MUHAMMAD RIZAL : “Pengaruh Waktu Pengiriman, Harga, *Complain Customer* Terhadap Kepuasan Pelanggan melalui *Tracking System* Sebagai Variabel Intervening Dunia Paket” (Studi Kasus Pada Ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan)

Di era modern dan berteknologi maju ini, jasa pengiriman barang sangat dibutuhkan oleh masyarakat yang suka berbelanja online. Dalam perkembangannya, jasa ekspedisi pengiriman barang tidak hanya menggunakan transportasi darat, tetapi juga laut dan udara. Dalam perkembangannya, jasa ekspedisi tidak lepas dari permasalahan. Permasalahan yang terjadi pada Dunia Paket adalah mengenai proses pengiriman. Selain itu, kesalahan dalam proses *tracking* paket yang mengakibatkan pihak ekspedisi sering mendapatkan *complain customer*. Permasalahan *complain customer* tersebut menjadi bahan penelitian yang diangkat oleh peneliti.

Jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif *field research*, sumber data penelitian ini merujuk pada data primer yang berasal dari pelanggan Dunia Paket dengan mendatangi langsung di kantor Dunia Paket. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan rumus slovin dengan 88 responden. Dengan metode analisis data menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji *inner model*, uji *outer model*, uji hipotesis, dengan bantuan SmartPLS 3.2.9.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel waktu pengiriman tidak berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan melalui *tracking system* perusahaan jasa ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan dengan nilai original sampel -0,013, t-statistic 0,320, dan p-value 0,750. Pada variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui *tracking system* perusahaan jasa ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan dengan nilai original sampel 0,117, t-statistic 1,810, dan p-value 0,740. Pada variabel *complain customer* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui *tracking system* perusahaan jasa ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan dengan nilai original sampel 0,075, t-statistic 1,412, dan p-value 0,162.

Kata kunci : Waktu Pengiriman, Harga, *Complain Customer*, Kepuasan Pelanggan, *Tracking System*

ABSTRACT

MUHAMMAD RIZAL: "The Effect of Delivery Time, Price, Customer Complaints on Customer Satisfaction through a Tracking System as an Intervening Variable in the World Package" (Case Study on World Package Expedition in Pekalongan Selatan District)

In this modern and technologically advanced era, goods delivery services are needed by people who like to shop online. In its development, freight forwarding services not only use land transportation, but also sea and air. In its development, expeditionary services are not free from problems. The problem that occurs in Dunia Paket is regarding the delivery process. In addition, errors in the package tracking process resulted in the expedition often receiving customer complaints. The problem of customer complaints becomes research material raised by researchers.

This type of research is quantitative field research, the data source of this research refers to primary data originating from Dunia Paket customers by visiting the Dunia Paket office directly. The sampling technique used purposive sampling using the slovin formula with 88 respondents. With data analysis method using purposive sampling method. This study uses data analysis methods, inner model test, outer model test, hypothesis test, with the help of SmartPLS 3.2.9.

The results of the study showed that the delivery time variable did not have a positive effect on customer satisfaction through the tracking system of the World Packages expedition service company, Kec. South Pekalongan with an original sample value of -0.013, a t-statistic of 0.320, and a p-value of 0.750. The price variable has no significant effect on customer satisfaction through the tracking system for the World Package expedition service company, Kec. South Pekalongan with an original sample value of 0.117, a t-statistic of 1.810, and a p-value of 0.740. In the customer complain variable, it does not significantly influence customer satisfaction through the tracking system of the World Packages expedition service company, Kec. South Pekalongan with an original sample value of 0.075, a t-statistic of 1.412, and a p-value of 0.162.

Keywords: Delivery Time, Price, Customer Complaint, Customer Satisfaction, Tracking System

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakin, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan serta Dosen Penasehat Akademik (DPA)
3. Dr. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Dr. Zawawi, M.A. selaku dosen pembimbing akademik yang sudah banyak memberikan motivasi dalam meningkatkan semangat belajar saya di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. H. Gunawan Aji, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam

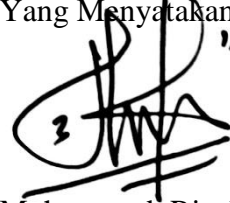
penyusunan skripsi ini

7. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
8. Seluruh pihak yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 04 Juli 2023

Yang Menyatakan

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized initial 'M' and 'R' with a small number '3' written below the 'M'.

Muhammad Rizal

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xvi
DAFTAR TABEL	xxiv
DAFTAR GAMBAR.....	xxv
DAFTAR LAMPIRAN	xxvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	14
E. Batasan Masalah.....	16
F. Sistematika Pembahasan	16
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. Landasan Teori.....	18

1. Perilaku Konsumen	18
2. Kepuasan Pelanggan	26
3. Waktu Pengiriman.....	28
4. Harga	30
5. <i>Complain Customer</i>	32
6. <i>Tracking System</i>	35
B. Telaah Pustaka.....	38
C. Kerangka Berfikir.....	53
D. Hipotesis Penelitian.....	53
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Jenis Penelitian.....	56
B. Pendekatan Penelitian	56
C. Setting Penelitian.....	56
D. Variabel Penelitian	56
E. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	61
F. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian	62
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
A. Hasil Penelitian	69
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	69
2. Deskripsi Data Penelitian	70
3. Deskripsi Responden	70
B. Analisis Data	73

1. Analisis Deskriptif Variabel	73
2. Analisis <i>Outer Model</i>	79
3. Analisis <i>Inner Model</i>	83
C. Pembahasan	86
1. Pengaruh Waktu Pengiriman Terhadap <i>Tracking System</i>	86
2. Pengaruh Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan	87
3. Pengaruh Harga Terhadap <i>Tracking System</i>	88
4. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	89
5. Pengaruh <i>Complain Customer</i> Terhadap <i>Tracking System</i>	89
6. Pengaruh <i>Complain Customer</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	91
7. Pengaruh <i>Tracking System</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	92
8. Pengaruh Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui <i>Tracking System</i>	94
9. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui <i>Tracking System</i>	95
10. Pengaruh <i>Complain Customer</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui <i>Tracking System</i>	96
BAB V PENUTUP	97
A. Kesimpulan	97
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	I
Lampiran 1	I

Lampiran 2	V
Lampiran 3	XVI
Lampiran 4	XX
Lampiran 5	XXI
Lampiran 6	XXII
Lampiran 7	XXIII

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

B. Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut :

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicari padanannya dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “ satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

C. Rumusan Pedoman Transliterasi Arab – Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab- Latin ini meliputi :

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	ṡ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	K	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal (tunggal dan rangkap)

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat.

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dhammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
... و	Fathah dan wawu	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ	- kataba
فَعَلَ	- faala
ذَكَرَ	- žukira
يَذْهَبُ	- yažhabu
سُئِلَ	- su'ila
كَيْفَ	- kaifa
هَوَّلَ	- haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat danhuruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا... يَ ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
يَ ...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
وُ ...	Hamzah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ	- qaala
رَمَى	- ramaa
قِيلَ	- qiila

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1) Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dhammah, transliterasi adalah “t”.

2) Ta ‘marbutah mati

Ta‘marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3) Kalau pada kata terakhir dengan ta‘marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta‘marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

- rauḍah al-atfaal

- rauḍatulatfaal

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

- al-Madiinah al-Munawwarah

- Al-Madiinah-Munawwarah

طَلْحَة

- talhah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang didalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tana syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا	- rabbanaa
نَزَّلَ	- nazzala
الْبِرِّ	- al-birr
الْحَجِّ	- al-hajj

6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandangan itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyyah.

1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf ال diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3) Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda semprang.

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu

الشَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَدِيعُ	- al-badii'u
الْجَلالُ	- al-jalaalu

7. Hamzah

Dinyatakam di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yan terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuẓuuna
النَّوْءُ	- an-nau'
سَيَّيْ	- syai'un
إِنَّا	- inna
أَمِرْتُ	- umirtu
أَكَلَ	- akala

8. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini penulisan kata tersebut, dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَأَنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wainnallaahalahuwakhairar-raaziqiin
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wainnallaahalahuwakhairraaziqiin
أَبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ	Wa auf al-kaila wa-almiizaan
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Wa auf al-kaila wal miizaan
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ	Ibraahiim al-Khaliil
اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Ibraahiimul-Khaliil
	Bismillaahimajrehaawamursahaa
	Walillaahi ‘alan-naasi hijju al-baiti
	manistataa’a ilaihi sabiilaa
	Walillaahi ‘alan-naasi hijjul-baiti
	manistataa’a ilaihi sabiilaa

9. Huruf kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliteasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa maa Muhammadun illa rasuul
أَنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna awwala baitin wudi’a linnaasi lallazii bibakkata mubaarakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramadaan al-lazii unzila fihi al-Qur’aanu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ	Walaqadra’aahubil-ufuq al-mubiin
	Walaqadra’aahubil-ufuqil-mubiin
لَحْمَدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdulillaahirabbil al-‘aalamiin
	Alhamdulillaahirabbilil-‘aalamiin

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِّنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ	Nasrunminallaahi wafathun qariib
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	Lillahi al-maru jamii'an
	Lillahil-amru jamii'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallaahabikullisyai'in 'aliim

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Telaah Pustaka	38
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	57
Tabel 3.2	Pengukuran Skala Likert.....	62
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	71
Tabel 4.2	Wilayah Responden	71
Tabel 4.3	Jumlah Pengiriman 30 Hari.....	72
Tabel 4.4	Interval Penilaian Variabel.....	73
Tabel 4.5	Interval Penilaian Variabel.....	74
Tabel 4.6	Respon Pada Variabel Waktu Pengiriman	74
Tabel 4.7	Respon Pada Variabel Harga	75
Tabel 4.8	Respon Pada Variabel <i>Complain Customer</i>	76
Tabel 4.9	Respon Pada Variabel Kepuasan Pelanggan.....	77
Tabel 4.10	Respon Pada Variabel <i>Tracking System</i>	78
Tabel 4.11	Faktor Loading Pengujian Validitas Konvergen.....	80
Tabel 4.12	<i>Average Variance Extracted (Ave)</i>	81
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Deskriminan	82
Tabel 4.14	Cronbach's Alpha Dan Composite Reliability.....	83
Tabel 4.15	Koefisien Determinasi (R-Square).....	84
Tabel 4.16	Hasil Path Coefficient	85
Tabel 4.17	Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	86
Tabel 4.18	Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Secara Tidak Langsung	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir.....	53
------------	------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Data Mentah Hasil Kuesioner Responden.....	V
Lampiran 3 Hasil Uji Analisis Data Menggunakan SmartPLS 3.2.9.....	XVI
Lampiran 4 Dokumentasi Pengumpulan Kuesioner	XX
Lampiran 5 Surat Izin Penelitian.....	XXI
Lampiran 6 Surat Keterangan Sudah Penelitian	XXII
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	XXIII

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perjalanan dunia *online shop* mulai eksis sejak tahun 2017. Dimana masyarakat mulai beradaptasi perpindahan transaksi jual beli yang biasanya dilakukan secara langsung berganti menjadi secara tidak langsung atau berpindah secara *online*. Perjalanan dunia onlineshop juga terus berkembang seiring berjalannya waktu sampai waktu 2019. Pada tahun tersebut muncul banyak sekali iklan-iklan *marketplace* di televisi yang seakan mengarahkan masyarakat untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari secara *online*.

Online shop sendiri merupakan sebuah gagasan atau terobosan bagi kita untuk melakukan transaksi jual beli yang bisa dilakukan tanpa harus bertatap muka secara langsung antara penjual dan pembeli. Hal tersebut berkembang karena semakin kesini, kesibukan seseorang semakin banyak sehingga sangat sulit untuk mencari waktu luang berbelanja di toko untuk memilih barang-barang yang mau dibeli. Dengan hanya bermodalkan handphone saja, seseorang sudah bisa melakukan transaksi jual beli secara *online*.

Perkembangan dunia online shop ini mulai memuncak sejak munculnya covid-19 pada tahun 2020. Semua masyarakat diharuskan melakukan transaksi jual beli secara online karena alasan kesehatan. Adapun alasan seseorang melakukan transaksi jual beli secara online karena berlandaskan kebutuhan atau hanya sekedar memnuhi keinginan. Dalam kondisi penyebaran wabah covid-19 tentu kebutuhan seseorang terkait sandang, pangan, dan papan tidak berkurang

justru bertambah. Hal tersebut mendorong serta memaksakan semua lapisan masyarakat untuk mampu beradaptasi dengan jual beli secara online.

Perkembangan teknologi menjadi salah satu pemicu yang mendukung keberlangsungan jual beli secara online yang masif terjadi sampai saat ini. Dengan segala kemudahan yang bisa dilakukan seseorang dengan bantuan teknologi, sekarang seseorang bisa berbelanja sambil duduk dirumah dan menunggu barang yang dibeli secara online sampai ke rumah dengan bantuan kurir jasa ekspedisi. Selain itu, sifat konsumtif seseorang juga bisa mendukung kemudahan berbelanja secara online.

Dalam sebuah transaksi jual beli secara online, seorang pembeli tentu berharap sesuatu yang dipesan sesuai dengan harapan atau keinginannya. Sehingga dalam proses transaksi dibutuhkan transparansi antara penjual dan pembeli untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ini dapat membangkitkan kepercayaan pembeli sehingga mendapatkan kemungkinan untuk membeli barang atau kebutuhannya kembali dimasa yang akan datang.

Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah ketepatan waktu pengiriman, harga produk yang ditawarkan, serta sedikitnya komplain dari pelanggan. Ketepatan waktu pengiriman dari jasa pengiriman barang menjadikan pelanggan merasa senang karena mereka tidak perlu menunggu waktu yang lama dalam memperoleh barang impiannya. Selain itu, dengan cepatnya waktu pengiriman barang yang dikirimkan tentu efisiensi waktu yang dimiliki oleh perusahaan jasa ekspedisi juga semakin bagus. Didalam perusahaan jasa ekspedisi Dunia Paket, banyak jasa ekspedisi yang

ditawarkan. Mulai dari J&T, JNE, WAHANA, TIKI, POS, NINJA dan lain sebagainya.

Dari beberapa jasa ekspedisi yang ditawarkan tersebut, peneliti menemukan perbedaan estimasi waktu pengiriman yang dijanjikan oleh setiap jasa ekspedisi. Jasa ekspedisi dengan waktu pengiriman tercepat dimiliki oleh J&T dengan estimasi pengiriman untuk pulau jawa hanya 1-2 hari dengan didukung cuaca yang bagus dan lokasi yang mudah dijangkau. Sedangkan jasa ekspedisi dengan pengiriman paling lambat dimiliki oleh NINJA dengan estimasi waktu pengiriman untuk pulau jawa 3-4 hari karena masih sedikit kantor Drop Point untuk mendistribusikan barang kedaerah-daerah terpencil di pulau jawa.

Selain itu, harga ongkir yang ditawarkan oleh jasa pengiriman juga bervariasi yang ditawarkan oleh masing-masing jasa ekspedisi yang ada di Dunia Paket. Dari masing-masing jasa ekspedisi, harga ongkir yang paling mahal dimiliki oleh J&T karena memiliki fasilitas drop point yang tersebar hampir merata di setiap kecamatan yang ada di Pulau Jawa. Sedangkan harga ongkir yang paling murah dimiliki oleh WAHANA karena belum memiliki kantor Drop Point atau Drop Center di setiap wilayah kecamatan yang ada di Pulau Jawa.

Dengan estimasi ketepatan waktu pengiriman dan harga yang ditawarkan pada masing-masing jasa ekspedisi pengiriman barang. Tentu juga tidak lepas dari *complain customer* yang dirasakan. *Complain customer* ini bisa dijadikan landasan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan dengan memperbaiki *tracking system* yang ada atau dengan memberikan pelayanan

yang ramah kepada setiap pelanggan. Jasa ekspedisi yang sering mendapatkan *complain customer* adalah jasa ekspedisi POS karena sering terjadi kesalahan *tracking* ketika mensortir barang kiriman dari drop point atau *drop center*. Sedangkan jasa ekspedisi yang jarang mendapatkan *complain customer* adalah jasa ekspedisi JNE yang memiliki fasilitas *tracking* yang cukup bagus serta pelayanan yang cukup baik kepada setiap pelanggannya.

Dalam perkembangannya, jasa ekspedisi pengiriman barang tidak hanya menggunakan transportasi darat, tetapi juga laut dan udara. Ada banyak penyedia jasa pengiriman di Indonesia yang sangat membantu baik untuk penjual maupun pembeli. Beberapa perusahaan jasa pengiriman barang yang terkenal adalah JNE, J&T, POS, ID EXPRESS, WAHANA, SICEPAT, NINJA dan sebagainya. Semua perusahaan jasa pengiriman tersebut berdiri karena melihat potensi perkembangan dunia digital di Indonesia yang pesat pada saat ini. Kemudahan bertransaksi saat ini juga ikut andil dalam mempengaruhi tumbuh dan berkembangnya dunia *online shopping*. Sehingga perusahaan-perusahaan tersebut bisa memberikan kemudahan bagi siapa saja yang membutuhkan jasa pengiriman barang tersebut. Namun, dengan banyaknya persaingan antar perusahaan jasa pengiriman barang pada akhirnya mereka berlomba-lomba untuk mendapatkan pelanggan untuk jangka waktu yang panjang. Sehingga mereka melakukan berbagai macam usaha untuk mendapatkannya dengan mempermudah akses bagi pelanggan, memperbaiki *service* mereka kepada pelanggan dan juga mempermudah akses pengiriman barang dari pihak *shipper* sampai ke pihak *consignee* (Septima & Zulfa, 2021).

Oleh sebab itu efisiensi waktu pengiriman bagi perusahaan jasa pengiriman barang menjadi hal yang harus diperhatikan secara serius untuk mendatangkan pelanggan serta mendatangkan profit perusahaan. Menurut Setiawan (2014) efisiensi waktu pengiriman, yaitu pengiriman pada hari yang telah ditentukan dan memecahkan persoalan pengiriman dan kemampuan kuantitas, seperti ketepatan waktu pengiriman barang yang dikirimkan. Kecukupan isi barang serta estimasi penyaluran paket yang dibawa, ketepatan dengan peraturan dan *packaging* harus terjamin. Dasar penilaian ketepatan waktu dalam penelitiannya Handoko (2010) adalah: 1) Pelayanan pengiriman paket 2) Penentuan biaya 3) Penentuan estimasi. Ada beberapa cara dalam mempermudah pengiriman barang supaya cepat sampai kepada pihak penerima. Salah satu cara tersebut adalah menggunakan *tracking system* paket yang modern, dengan menggunakan *tracking system* yang modern pihak ekspedisi barang dapat memantau sejauh mana perkembangan jalannya sebuah paket sehingga sampai ke pihak penerima. Penggunaan *tracking system* juga harus didukung dengan kualitas SDM pada perusahaan ekspedisi barang untuk menghindari *human error* yang fatal ketika proses input barang (Maslikhan et al., 2021).

Dalam proses penjualan jasa pengiriman, harga merupakan hal yang penting, karena dapat menjadi bahan perbandingan bagi pelanggan dalam memilih produk atau jasa di bidang jasa pengiriman. Persaingan yang ketat antar perusahaan pelayaran juga mengintensifkan persaingan harga. Hingga saat ini, perusahaan yang mampu menawarkan harga terbaik dengan kualitas pelayanan

yang baik akan merebut hati pelanggannya. Dari (Berliana et al., 2020) dalam penelitiannya, harga sering digunakan sebagai ukuran nilai ketika harga dikaitkan dengan manfaat yang dirasakan dari suatu barang atau jasa. Jika manfaat bagi pelanggan meningkat di atas tingkat harga tertentu, demikian pula nilainya. Dan sebaliknya, pada tingkat harga tertentu, nilai barang atau jasa meningkat seiring dengan peningkatan kegunaannya. Selain itu, ketika menentukan nilai suatu barang atau jasa, pelanggan sering membandingkan kemampuan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka dengan kemampuan barang atau jasa pengganti.

Kesalahan input dalam *tracking system* bisa menyebabkan pengiriman barang menjadi salah tujuan. Oleh sebab itu, perlu adanya *controlling* yang ketat terhadap setiap barang yang akan dikirim sebelum berangkat ke alamat tujuannya. *Controlling* ini juga bisa membantu pihak ekspedisi dalam memberikan efisiensi pengiriman barang ke pihak *consignee*. Sehingga jalannya operasional *tracking system* bisa berjalan dengan mudah dan barang bisa sampai ke pihak *consignee* dengan cepat. Namun, apabila *controlling* yang dilakukan pihak ekspedisi barang terjadi kesalahan tentu akan berakibat fatal kepada pihak penerima atau *consignee*. Banyak kasus paket barang terkirim salah alamat sehingga memperlambat penerima dalam menerima barang yang dikirimkan kepadanya. Hal tersebut menyebabkan pihak ekspedisi harus menerima berbagai *complain* dari *costumer* akibat kesalahan tersebut.

Salah satu bentuk pelayanan digital yang diberikan perusahaan ekspedisi adalah melalui *tools* yang membantu pelayanan utamanya adalah *tracking*

system. Perusahaan ekspedisi biasanya menyediakan layanan *tracking system* (pelacakan online) yang berhubungan dengan jasa logistik atau pengiriman. Informasi status dan keberadaan paket yang masih dalam proses pengiriman. Pelanggan bisa mencari informasi *update* tentang pengiriman paketnya melalui sistem *tracking online*. Dengan adanya sistem tersebut, diharapkan pelanggan dapat memantau posisi barang saat bergerak, sehingga jika konsumen mengetahuinya maka akan mendapatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan tersebut (Maslikhan et al., 2021).

Namun dengan adanya *tracking system* oleh pihak perusahaan ekspedisi juga sering terdapat *human error* yang terjadi dalam proses input barang. Kesalahan tersebut sering terjadi karena adanya *overload* pengiriman dari *shipper* ke perusahaan ekspedisi. *Overload* pengiriman barang biasanya terjadi pada waktu-waktu tertentu ketika terdapat kampanye promosi dari beberapa marketplace seperti Shopee, Lazada, TikTok, Tokopedia dan sebagainya. Hal tersebut karena banyak masyarakat Indonesia yang membutuhkan barang tertentu untuk dibeli sebagai kebutuhan dalam menyambut hari raya. Sehingga pihak perusahaan ekspedisi dalam hal ini Juara Paket sering mendapatkan komplain dari pelanggan mereka.

Pihak ekspedisi jasa pengiriman barang menerima berbagai komplain dari kustomer bukan hanya ketika barang yang diantarkan terlambat. Melainkan ada beberapa hal yang menyebabkan pihak ekspedisi mendapatkan komplain dari kustomer. Faktor dominan terjadinya komplain dari kustomer adalah karena faktor manusia. Permasalahan dalam faktor manusia ini biasanya terjadi karena

adanya kerusakan produk dalam proses pengiriman. Kelalaian seseorang yang bekerja dalam dunia ekspedisi bisa menyebabkan citra buruk terhadap perusahaan tersebut. Namun, kerusakan produk yang mengakibatkan komplain dari kostumer juga tidak semata-mata semuanya akibat kesalahan dari manusia.

Complain customer kemungkinan tidak selalu disebabkan oleh faktor-faktor yang telah dipaparkan sebelumnya, tetapi terdapat faktor lain yang masih belum ditemukan pada analisis penelitian yang sudah pernah dilakukan. Faktor kontur jalan yang dilalui kendaraan sulit diprediksi saat mengantarkan barang ke tempat pengiriman. Faktor kejadian alam seperti cuaca buruk, gempa bumi, tanah longsor, dan kondisi lainnya yang terjadi diluar dugaan manusia. SDM dalam hal ini para pekerja perusahaan ekspedisi juga mempengaruhi keselamatan barang pada saat *pick up* paket. Permasalahan dalam *pick up* darat juga bisa disebabkan oleh permasalahan transportasi yang tidak dapat diduga dalam pengiriman paket. Sehingga permasalahan komplain kustomer bisa dikatakan sangat kompleks apabila diteliti lebih jauh. Namun sebagai penyedia jasa pengiriman barang, pihak ekspedisi tentu harus mengusahakan semaksimal mungkin penyelesaian masalah komplain kustomer karena menyangkut kepercayaan terhadap perusahaan (Somadi et al., 2020).

Selain itu, kurir juga bisa menjadikan penyebab pihak ekspedisi mendapatkan *complain customer*. Akhir-akhir ini sering juga terjadi kesalahpahaman antara kurir dengan penerima paket terutama pada sistem pembayaran COD (*Cash On Delivery*). Penerima paket sering menerima pesanan tidak sesuai dengan barang yang dipesannya. Namun kurir gagal dalam

menjelaskan mengenai mekanisme sistem pembayaran COD yang mengakibatkan pihak ekspedisi mendapatkan *complain customer*. Sebetulnya hal tersebut bisa diminimalisir dengan pengetahuan dan mental yang mumpuni dari kurir dalam melakukan negosiasi kepada penerima pesanan. Supaya pihak pengirim maupun penerima sama-sama mendapatkan *service* yang bagus dari pihak ekspedisi.

Packaging yang hilang atau rusak juga menjadi salah satu penyebab pihak ekspedisi mendapatkan *complain customer*. Pengelolaan barang yang sudah masuk kedalam kantor ekspedisi sepenuhnya sudah menjadi tanggungjawab pihak ekspedisi sampai barang tersebut diterima oleh penerima paket. Berdasarkan pengalaman yang peneliti alami, apabila lokasi pengiriman barang kepada penerima dirasa oleh kurir sulit dijangkau seringkali pengirimannya digabungkan menjadi satu menunggu paket lain yang akan dikirimkan kepada alamat tujuan yang sejalan. Hal tersebut tentu akan menjadikan penerima dilema dengan keadaan paket yang dalam perjalanan menuju ketempatna. Seharusnya dimanapun tempatnya selama paket tersebut sudah masuk kedalam *drop point* pihak ekspedisi, seorang kurir harus bertanggung jawab mengirimkan paketnya sampai ketangan penerima dengan aman supaya terciptanya kepuasan tersendiri bagi penerima paket tersebut.

Kepuasan pelanggan menjadi pemicu utama bagi setiap perusahaan dalam memperhatikan sebuah pelayanan kepada setiap pelanggan yang datang. Namun, perusahaan membutuhkan pengaduan karena menghasilkan informasi tertentu sehingga menimbulkan interaksi kepada pelanggan. Mengeluh adalah

bentuk ungkapan untuk memberdayakan diri sendiri dan menciptakan suatu kepuasan baginya. Manajemen penanganan komplain yang tepat, bisa mengubah pelanggan yang dirugikan menjadi pelanggan yang merasa puas. Keluhan pelanggan tidak harus dipandang sebagai kesan negatif. Perusahaan ekspedisi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) memang seharusnya menawarkan pelanggannya akses yang mudah untuk menyampaikan ungkapan mereka secara bebas. Sehingga perusahaan bisa melakukan evaluasi untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan (Syahputra et al., 2020).

Seperti pada penelitian yang telah dilakukan (Siti Nur Sa'adah et al., 2021) hasil penelitian menunjukkan bahwa ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan meningkat ketika kesempatan yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggannya ditingkatkan. Untuk itu, proses pengiriman jelas menjadi perhatian utama dari agen pelayaran.

Penelitian yang telah dilakukan (Huda & Anisa, 2020) hasilnya adalah sistem kontrol kualitas *E-Service* berdampak positif pada kepuasan pelanggan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan elektronik maka semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil tersebut menjelaskan bahwa secara umum pelanggan lebih puas dengan pelayanan perusahaan apabila sistem monitoring yang ditawarkan berkualitas tinggi. Oleh karena itu, setiap

perusahaan transportasi harus memiliki sistem tindak lanjut yang baik untuk menjamin kepuasan kliennya.

(Asri Fadhila & Wadud, 2021) Ia juga menyimpulkan dalam studinya bahwa memulihkan layanan ketika keluhan pelanggan ditangani berdampak positif pada kepuasan pelanggan. Temuan penelitian ini sejalan dengan teori *service recovery* yang dikemukakan oleh Tjiptono (2014:481) yang menjelaskan bahwa *service recovery* merupakan salah satu bentuk pemecahan masalah yang digunakan perusahaan penyedia jasa untuk mengelola keluhan pelanggan, pelanggan dan memberikan pelayanan kepada konsumen.

Oleh sebab itu, sudah sepantasnya pihak perusahaan memberikan pelayanan maksimal dalam mengatasi *complain* dari para pelanggan yang mendapatkan keluhan sebagai bentuk rasa tanggung jawab perusahaan kepada pelanggan mereka.

Permasalahan pada perusahaan Dunia Paket merupakan permasalahan yang hampir dialami oleh setiap perusahaan ekspedisi. Permasalahan yang sering terjadi pada Dunia Paket adalah mengenai proses pengiriman yang terkadang mengalami keterlambatan pengiriman. Hal tersebut membuat penerima paket merasa bahwa pihak ekspedisi tidak mengefisienkan waktu pengirimannya. Kemudian selain itu, terkadang terjadi kesalahan dalam proses *tracking* paket yang mengakibatkan pihak ekspedisi salah mengirimkan alamat barang. Hal tersebut menambah waktu pengiriman barang untuk sampai pada penerima dengan tepat waktu. Dua permasalahan tersebut pada akhirnya menimbulkan *complain customer* yang menjadikan mereka sebagai korban dari

kesalahan pihak ekspedisi Dunia Paket. Permasalahan *complain customer* tersebut menjadi bahan evaluasi pihak ekspedisi Dunia Paket supaya menjadi perusahaan ekspedisi yang lebih baik lagi.

B. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Rumusan masalah dalam penelitian ini sesuai dengan latar belakang yang telah dipaparkan diatas sebagai berikut:

1. Apakah waktu pengiriman berpengaruh terhadap *tracking system* ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap *tracking system* ekspedisi Dunia Paket?
3. Apakah *complain customer* berpengaruh terhadap *tracking system* ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan?
4. Apakah waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan?
5. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan?
6. Apakah *complain customer* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan?
7. Apakah *tracking system* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan?
8. Apakah waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan melalui *tracking system* sebagai variabel intervening?

9. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan melalui *tracking system* sebagai variabel intervening?
10. Apakah *complain customer* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan melalui *tracking system* sebagai variabel intervening?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengaruh waktu pengiriman berpengaruh terhadap *tracking system* ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga berpengaruh terhadap *tracking system* ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *complain customer* berpengaruh terhadap *tracking system* ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan.
4. Untuk mengetahui pengaruh waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan.
6. Untuk mengetahui pengaruh *complain customer* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan.
7. Untuk mengetahui pengaruh *tracking system* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan.

8. Untuk mengetahui pengaruh waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan melalui *tracking system* sebagai variabel intervening.
9. Untuk mengetahui pengaruh harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan melalui *tracking system* sebagai variabel intervening.
10. Untuk mengetahui pengaruh *complain customer* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan melalui *tracking system* sebagai variabel intervening.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penulis penelitian ini berharap dapat memberikan peneliti pemahaman yang lebih besar tentang pengaruh waktu pengiriman, harga, dan keluhan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dengan paket *tracking system* sebagai variabel intervening.
 - b. Bagi pihak akademis penelitian yang dilakukan ini diharapkan menjadi tambahan pengetahuan dan tambahan referensi bagi para peneliti selanjutnya mengenai pengaruh waktu pengiriman, harga, dan *complain customer* terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi Dunia Paket melalui *tracking system* sebagai variabel intervening.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi, wawasan dan pemahaman yang lebih lengkap kepada pembaca tentang pengaruh waktu pengiriman, harga dan keluhan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan dalam paket wisata di seluruh dunia melalui sistem pelacakan sebagai variabel perantara.

b. Bagi Penulis

Penelitian yang akan dilakukan diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan penelitian lebih lanjut tentang dampak waktu pengiriman, harga dan keluhan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan saat berkeliling dunia sebagai variabel perantara dalam sistem pelacakan.

c. Bagi Akademik

Diharapkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dapat memberikan tambahan referensi bagi mahasiswa untuk penelitian selanjutnya, khususnya untuk penelitian tentang pengaruh waktu pengiriman, harga dan keluhan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. . Pengiriman paket ke seluruh dunia menggunakan sistem pelacakan sebagai variabel perantara.

d. Bagi Pihak Dunia Paket

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi pihak Dunia Paket khususnya yang kaitannya tentang kepuasan pelanggan yang

dipengaruhi oleh waktu pengiriman, harga, dan *complain customer* melalui *tracking system* sebagai bahan evaluasi kinerja perusahaan untuk mengambil langkah strategis yang efektif untuk lebih mengembangkan serta menjangkau lebih banyak pelanggan terhadap kinerja perusahaan serta mempertahankan dan mengembangkan strategi efektif yang belum pernah dilakukan.

E. BATASAN MASALAH

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah mencari jawaban atas hipotesis yang menduga ada atau tidaknya pengaruh waktu pengiriman, harga, *complain customer* terhadap kepuasan pelanggan melalui *tracking system* pada ekspedisi Dunia Paket Kec. Pekalongan Selatan Kota Pekalongan.

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika pembahasan adalah penjelasan singkat atau padat tentang berbagai topik yang dibahas secara sistematis dengan cara yang mudah dipahami oleh semua pembaca. Sistem penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab pendahuluan tersebut berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II Landasan Teori

Bab landasan teori menjelaskan teori-teori seperti konsep teori perilaku konsumen, model perilaku konsumen, dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan mendukung kepuasan pelanggan..

BAB III Metode Penelitian

Bab metode penelitian memberikan penjelasan tentang metode penelitian yang digunakan, isi tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, dasar dan kelompok sampel, variabel-variabel yang berasal dari penelitian, sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data. dan metode analisis data..

BAB IV Analisis Data Dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang data yang diperoleh, analisis dan pembahasan data serta hasil penelitian.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari temuan penelitian dan saran bagi mereka yang terlibat dalam pekerjaan, serta implikasi teoritis dan praktis.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dipaparkan diatas dapat diperoleh simpulan sebagai berikut :

1. Variabel waktu pengiriman (X1) mempunyai nilai -0,051 pada original sampel serta 0,361 pada nilai t-statistic ($<1,96$). Nilai p-value untuk menganalisis korelasi variabel waktu pengiriman dengan *tracking system* yaitu 0,719 ($p>0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel waktu pengiriman tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *tracking system* perusahaan jasa ekspedisi Dunia Paket.
2. Variabel waktu pengiriman (X1) mempunyai nilai 0,398 pada original sampel serta 3,004 ($>1,96$). Nilai p-value untuk menganalisis korelasi waktu pengiriman dengan kepuasan pelanggan yaitu 0,003 ($p<0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan perusahaan jasa ekspedisi Dunia Paket.
3. Harga (X2) mempunyai nilai 0,457 pada original sampel serta 3,693 pada nilai t-statistic ($>1,96$). Nilai p-value untuk menganalisis korelasi variabel harga dan *tracking system* adalah 0,000 ($p<0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap *tracking system* perusahaan jasa ekspedisi Dunia Paket.
4. Harga (X2) mempunyai nilai -0,064 pada original sampel serta 0,482 pada nilai t-statistic ($<1,96$). Nilai p-value untuk menganalisis korelasi variabel

harga dan kepuasan pelanggan adalah 0,631 ($p > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan perusahaan jasa ekspedisi Dunia Paket.

5. *Complain customer* (X3) mempunyai nilai 0,293 dan t-statistic 2,138 pada original sampel serta ($> 1,96$). Nilai p-value untuk menganalisis korelasi variabel *complain customer* dan *tracking system* adalah 0,035 ($p < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *complain customer* berpengaruh secara signifikan terhadap *tracking system* perusahaan jasa ekspedisi Dunia Paket.
6. *Complain customer* (X3) mempunyai nilai 0,079 pada original sampel serta 0,737 pada nilai t-statistic ($< 1,96$). Nilai p-value untuk menganalisis korelasi variabel *complain customer* dan kepuasan pelanggan adalah 0,463 ($p > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *complain customer* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan perusahaan jasa ekspedisi Dunia Paket.
7. *Tracking system* (Z) mempunyai nilai 0,257 pada original sampel serta 2,015 pada nilai t-statistic ($> 1,96$). Nilai p-value untuk menguji hubungan antara variabel *tracking system* dan kepuasan pelanggan adalah 0,047 ($p < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *tracking system* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan perusahaan jasa ekspedisi Dunia Paket.
8. Waktu pengiriman (X1) mempunyai nilai -0,013 pada original sampel serta 0,320 pada nilai t-statistic ($> 1,96$). Nilai p-value untuk menguji hubungan

antara variabel waktu pengiriman dan kepuasan pelanggan melalui *tracking system* adalah 0,750 ($p > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa waktu pengiriman tidak berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan melalui *tracking system* perusahaan jasa ekspedisi Dunia Paket.

9. Harga (X2) mempunyai nilai 0,117 pada original sampel serta 1,810 pada nilai t-statistic ($< 1,96$). Nilai p-value untuk menguji hubungan antara variabel harga dan kepuasan pelanggan melalui *tracking system* adalah 0,740 ($p > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui *tracking system* perusahaan jasa ekspedisi Dunia Paket.
10. *Complain customer* (X3) mempunyai nilai 0,075 pada original sampel serta 1,412 pada nilai t-statistic ($< 1,96$). Nilai p-value untuk menguji hubungan antara variabel *complain customer* dan kepuasan pelanggan melalui *tracking system* adalah 0,162 ($p > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *complain customer* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui *tracking system* perusahaan jasa ekspedisi Dunia Paket.

B. Saran

Sesuai hasil penelitian serta simpulan yang sudah disajikan pada penelitian ini, maka selanjutnya peneliti terdapat beberapa saran yang mungkin dapat menyampaikan manfaat pada pihak-pihak yang terkait atas simpulan dari penelitian ini. Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan ialah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Berlandaskan hasil penelitian yang sudah selesai dilaksanakan, perusahaan jasa ekspedisi Dunia Paket dapat melakukan evaluasi kinerja perusahaan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal tersebut bertujuan supaya kinerja perusahaan bisa semakin meningkat sehingga menghasilkan profit dan kemanfaatan yang lebih besar bagi semua pelanggan.

2. Bagi Peneliti Masa Depan

Berlandaskan hasil akhir penelitian yang sudah dilaksanakan, peneliti harap selanjutnya ada yang menelaah dan melakukan kajian lebih dalam untuk menjelaskan atau bahkan dijadikan pembandingan bagi para peneliti selanjutnya terkait tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui *tracking system*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Syafiq. (2019). Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Islam. *El-Faqih : Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 5(1), 96–113. <https://doi.org/10.29062/Faqih.V5i1.54>
- Albani, A., & Hafasnuddin, H. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Di Mediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Jne Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 7(2), 319–333. <https://jim.unsyiah.ac.id/Ekm/Article/View/18057>
- Amelia, D., Simatupang, N., Sinuraya, B. J., & Rahmat. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 11–24.
- Anggraini, R. A., & Arifin, M. (2021). Pengaruh Biaya Kirim Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt . Anugerah Jelajah Indonesia Logistic Di Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis Dan Publik*, 1(1), 52–60.
- Ardila, L., & Irawan, B. (2022). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express Di Patokbeusi Subang. *Jurnal Adminisrasi Bisnis*, 2(4), 480–493.
- Arroffi, A. A., Melati, C. Z., Keke, Y., & Veronica. (2021). The Effect Of E-Tracking And Timeliness Of Delivery Towards Customer Satisfaction On Pt Sicepat Ekspres Cilincing During The Covid-19 Pandemic. *Journal Grostlog*, 4(1), 505–519. <https://proceedings.itltrisakti.ac.id/index.php/atlr/article/view/411>
- Asri Fadhila, E., & Wadud, M. (2021). The Effect Of Service Recovery On Customer Satisfaction In J&T Express Goods Delivery Services In Palembang. *International Journal Of Marketing & Human Resource Research*, 2(1), 2746–4040.
- Berliana, P. N., Suharyati, & Handayani, T. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Jne Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan). *Prosiding Biema*, 1(1), 440–546.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2020). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (T. S. Tambunan (Ed.); Issue August). Cv. Media Sains Indonesia.
- Dewantoro, D., Aryani, L., & Marzuki, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap

Kepuasan Pelanggan Jne. *Journal Business Management, Economic, And Accounting National Seminar*, 1(1), 278–293.

- Eviani, I., & Hidayat, Y. R. (2021). Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 11–19. <https://Ojs.Stiami.Ac.Id/Index.Php/Jumatik/Article/View/1253>
- Feti Fatimah, Yova Ferdiansa, R., & Gunawan, Y. (2022). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Jne Cabang Tegal Besar. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Eksakta*, 1(2), 73–84. <https://Doi.Org/10.47134/Trilogi.V1i2.14>
- Firmansyah, A. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran). In *Cv Budi Utama*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2021). Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.2.9. In A. Tejokusumo (Ed.), *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (3rd Ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huda, M., & Anisa, F. (2020). The Influence Of Experiential Marketing, E-Service Quality (Webbased Tracking System) And Trust On Customer Satisfaction In J&T Express Service Users In Kab. Pasuruan. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(3), 78. <https://Doi.Org/10.31253/Pe.V18i3.395>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In *Unitomo Press* (Pertama). Unitomo Press.
- Ismanto, J. (2020). Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa “Prodi Akuntansi S-1.” In Wahyu Nurul Hidayati (Ed.), *Unpam Press: Tangerang* (3rd Ed.). Unpam Press.
- Joko Suwito. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv Global Ac Banjarbaru. *Kindai*, 14(3), 255–262.
- Kristiani Sarusuk, E., & Pitri Nainggolan, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Customer Pt. Nusantara Card Semesta Batam. *Scientia Journal*, 4(6). https://Ejournal.Upbatam.Ac.Id/Index.Php/Scientia_Journal/Article/View/4902%0ahttps://Ejournal.Upbatam.Ac.Id/Index.Php/Scientia_Journal/Article/Download/4902/2687
- Kristianto, P. L. (2019). *Integrasi Ilmu Psikologi Dalam Kegiatan Pemasaran*. Business Publications.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan

- Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-Mind (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/J-Mind.V6i1.4870>
- Kurniasih, N. (2022). Pengaruh Sistem Pelacakan Berbasis Website, Kualitas Layanan Logistik Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jne Di Kabupaten Majalengka). *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 3(2), 341–357.
- Martiwi, R., Ryad, A., & Karlina, E. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan Pada Auto 2000 Cabang Ciledug Jakarta. *Jurnal Perspektif*, 17(1), 28–38. <https://doi.org/10.31294/Jp.V17i1.5210>
- Maslikhan, M., Basalamah, M. R., & Athia, I. (2021). Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Jne Cabang Utama Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 11(15), 82–94.
- Maula Fachreza, A., Arisman, A., & Barlian, B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pada Konsumen Pt. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Indihiang). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi (Jisma)*, 1(4), 449–454.
- Nofri, O., & Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 113–132. <https://doi.org/10.24252/Minds.V5i1.5054>
- Rachmawati, Y., Tjahjono, E., & Ida Pratiwi, N. M. (2018). Pengaruh Kualitas Jasa Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Fumigasi Pada Cv. Armanda Nusantara. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 4(1), 1689–1699.
- Rayasa, R. F., Rande, S., & Dwivayani, K. D. (2019). Strategi Komunikasi Customer Service Pt . Jne Cabang Utama Samarinda Dalam Menangani Kasus Keluhan Pelanggan. *E-Juournal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 233–242.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep Dan Strategi Pemasaran. In Sobirin (Ed.), *Cv Sah Media* (1st Ed.). Cv. Sah Media.
- Sanjawati, H. (2019). Perilaku Komplain, Penanganan Komplain, Dan Atribut Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 127–133.
- Sartika, Lusiah, & Ginting, R. S. (2022). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada

- Jasa Pengiriman Barang Di Jne (Studi Kasus Pada Pt. Jne Katamso Medan). *Ilmiah Kohesi*, 6(1), 88–100.
- Septima, R., & Zulfa, I. (2021). Pengefisiensian Penyaluran Barang Dan Rute Pengiriman Ekspedisi Jne Dengan Aplikasi Graf. *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-Sakti)*, 5(1), 99–109. <https://Tunasbangsa.Ac.Id/Ejurnal/Index.Php/Jsakti>
- Simamora, V., & Susanti, E. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Tracking System Berbasis Web Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Persepsi Resiko Konsumen Pada Produk Jne Cilincing. *Jurnal Media Manajemen Jasa*, 4(1), 15–29. www.Journal.Uta45jakarta.Ac.Id
- Siti Nur Saa'adah, Y., Martha, A., Mustikasari, & Pribadi, S. (2021). The Effect Of Delivery Time And Price On Customer Satisfaction Of Couriers During The Covid-19 Pandemic (Study Case Of J&T Express Jakarta Branch). *Jurnal Grostlog 2021*, 4(1), 195–206.
- Solling Hamid, R., & M Anwar, S. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian* (A. Nashir (Ed.); 1st Ed.). Pt Inkubator Penulis Indonesia.
- Somadi, S., Priambodo, B. S., & Okarini, P. R. (2020). Evaluasi Kerusakan Barang Dalam Proses Pengiriman Dengan Menggunakan Metode Seven Tools. *Jurnal Intech Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 1–11. <https://doi.org/10.30656/Intech.V6i1.2008>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*. Alfabeta.
- Suhartono, & Rahayu, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Jasa Pelatihan Uvi Consultant Yogyakarta). *Jurnal Manajemen*, 11(1), 64–75. <https://doi.org/10.26460/Jm.V11i1.2273>
- Syahputra, D., Nawangsih, & Irwanto, J. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Komplain Terhadap Kepuasan Pelanggan Di J&T Express Lumajang. *Journal Of Organization And Business Management*, 3(1), 17–24. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.Ac.Id/Index.Php/Jrm/Article/View/302>
- Tania, & Raymond. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel Di Batam. *Scientia Journal*, 3(2).
- Thalib, S., & Harimurti Wulandjani. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Citra Perusahaan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai

Variabel Intervening Pada Jasa Pengiriman Jne. *Jrb-Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 86–98. <https://doi.org/10.35814/Jrb.V5i1.2725>

Widyana, S. F., & Nurjannah, M. S. (2018). Analisis Penanganan Keluhan Pelanggan Pos Express Pada Kantor Pos Cimahi. *Bisnis Dan Pemasaran*, 8(1), 49–57.

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran* (1st Ed.). Cv Budi Utama Deepublish.