

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Tracking System terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Grogol

Ericha Lisa Wibowo

Universitas Cahaya Surya, Kediri, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan *tracking system* terhadap kepuasan pelanggan J&T Grogol, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori (kausal-asosiatif). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berskala Likert lima poin kepada 100 pelanggan J&T Grogol yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (t), uji simultan (F), dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ($\beta = 0,350$; sig. = 0,001) dan ketepatan waktu pengiriman ($\beta = 0,469$; sig. = 0,000) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya, *tracking system* berpengaruh positif namun tidak signifikan ($\beta = 0,065$; sig. = 0,422). Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($F = 62,587$; sig. = 0,000), dengan ketepatan waktu pengiriman sebagai variabel yang memberikan pengaruh paling dominan berdasarkan koefisien beta terstandarisasi. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,651 menunjukkan bahwa 65,1% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 34,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil penelitian diharapkan menjadi masukan bagi J&T Grogol dalam meningkatkan kualitas operasional dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Tracking System, Kepuasan Pelanggan, Manajemen Operasional.

***Penulis Koresponden:**

erichalw@ucs.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola aktivitas ekonomi masyarakat, terutama melalui pesatnya pertumbuhan perdagangan elektronik (*e-commerce*). Kemudahan bertransaksi secara daring menyebabkan permintaan terhadap jasa pengiriman barang terus meningkat, sehingga industri logistik di Indonesia berkembang semakin pesat. Kondisi tersebut mendorong perusahaan jasa ekspedisi untuk meningkatkan kualitas operasional agar mampu memberikan pelayanan yang cepat, tepat, aman, dan didukung oleh pemanfaatan teknologi informasi. Dalam perspektif manajemen operasional, keberhasilan perusahaan jasa pengiriman tidak hanya ditentukan oleh kemampuan mendistribusikan barang, tetapi juga oleh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, serta sistem pelacakan (*tracking system*) yang mampu memberikan informasi secara akurat kepada pelanggan.

Persaingan industri jasa kurir di Indonesia juga semakin kompetitif. Berdasarkan data Top Brand Award (2026) kategori jasa kurir, J&T Express memperoleh Top Brand Index (TBI) sebesar 46,89%, menempati peringkat pertama dan berada jauh di atas TIKI (11,40%), JNE Express (8,26%), FedEx (6,11%), dan PosIND (5,29%). Pencapaian tersebut menunjukkan bahwa J&T Express memiliki tingkat pengenalan merek, pangsa pasar, dan loyalitas pelanggan yang tinggi dibandingkan para pesaingnya.

Sebagai salah satu perusahaan jasa ekspedisi terkemuka di Indonesia, J&T Express terus mengembangkan sistem operasional berbasis teknologi untuk meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Perusahaan menyediakan layanan pelacakan paket (*real-time tracking*), layanan penjemputan paket (*pick-up service*), jaringan distribusi yang luas, serta proses operasional yang terintegrasi guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi pengiriman barang (JET Express, n.d.). Pemanfaatan teknologi tersebut menjadi bagian penting dalam mendukung proses operasional perusahaan sekaligus meningkatkan pengalaman pelanggan selama proses pengiriman berlangsung.

J&T Grogol sebagai salah satu unit operasional J&T Express di Kabupaten Kediri memiliki peran penting dalam melayani kebutuhan masyarakat maupun pelaku usaha yang memanfaatkan jasa pengiriman barang. Meningkatnya aktivitas belanja daring menyebabkan volume pengiriman paket terus bertambah sehingga perusahaan dituntut mampu menjaga kualitas pelayanan, memastikan ketepatan waktu pengiriman, serta menyediakan informasi pelacakan paket yang akurat dan mudah diakses. Ketiga aspek tersebut merupakan indikator penting dalam manajemen operasional jasa karena berkaitan langsung dengan efektivitas proses distribusi, pemanfaatan teknologi informasi, dan kepuasan pelanggan. Apabila salah satu aspek tersebut tidak berjalan secara optimal, maka kepuasan pelanggan berpotensi menurun meskipun perusahaan memiliki citra merek yang kuat secara nasional.

Menurut Sakti dan Mahfudz (2018), kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan *tracking system* merupakan faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa pengiriman. Kualitas pelayanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan sesuai harapan pelanggan, ketepatan waktu pengiriman menunjukkan kemampuan perusahaan memenuhi waktu pengiriman sesuai komitmen, sedangkan *tracking system* memberikan transparansi informasi mengenai status dan lokasi paket selama proses distribusi. Ketiga faktor tersebut menjadi bagian penting dalam meningkatkan kualitas operasional sekaligus membangun kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman umumnya berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun demikian, hasil penelitian mengenai pengaruh *tracking system* masih menunjukkan inkonsistensi. Dewantoro et al. (2020) menemukan bahwa fasilitas *tracking system* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Eviani dan Hidayat (2021) serta Salsabila dan Parhusip (2024) memperoleh hasil bahwa *tracking system* berpengaruh positif dan signifikan.

Marwani dan Adi (2022) juga menguji fasilitas sistem pelacakan daring pada objek J&T Express, namun pada wilayah operasional yang berbeda. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih adanya *research gap* yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada objek penelitian J&T Grogol yang memiliki karakteristik operasional dan pelanggan berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan *tracking system* terhadap kepuasan pelanggan J&T Grogol, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen operasional, khususnya pada bidang operasi jasa dan logistik, serta menjadi bahan evaluasi bagi J&T Grogol dalam meningkatkan kualitas pelayanan, ketepatan proses pengiriman, dan efektivitas sistem pelacakan sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja layanan yang diterima dengan harapannya (Kotler & Keller, 2016). Dalam industri jasa logistik, kepuasan pelanggan menjadi indikator keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Menurut Indrasari (2019), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas pelayanan, harga, biaya, dan faktor emosional, dengan indikator meliputi kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali jasa, dan kesediaan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan (Mutiawati et al., 2019; Pattaray et al., 2021). Parasuraman et al. (1988), sebagaimana dikutip dalam Tjiptono dan Chandra (2016), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Penelitian J.C.J. et al. (2024), Jani dan Sukmalengkawati (2024), Handoko (2016), Yulianto (2018), Dewantoro et al. (2020), serta Abdurrahman dan Sriminarti (2026) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Grogol.

3. Ketepatan Waktu Pengiriman

Ketepatan waktu pengiriman merupakan kemampuan perusahaan untuk mengirimkan barang sesuai waktu yang dijanjikan kepada pelanggan (Aminah et al., 2017; Dunder & Öztürk, 2020). Indikatornya meliputi kesesuaian estimasi waktu, kecepatan pengiriman, dan tanggung jawab perusahaan terhadap proses distribusi (Hafizha et al., 2019). Penelitian Rahayu et al. (2025), Dewantoro et al. (2020), serta Salsabila dan Parhusip (2024) membuktikan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H2: Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Grogol.

4. Tracking System

Tracking system merupakan sistem berbasis teknologi yang memungkinkan pelanggan memantau status dan lokasi paket secara *real-time* selama proses pengiriman (Hasanuddin, 2007). Menurut Saha dan Zhao (2005), indikator *tracking system* meliputi *efficiency*, *fulfillment*,

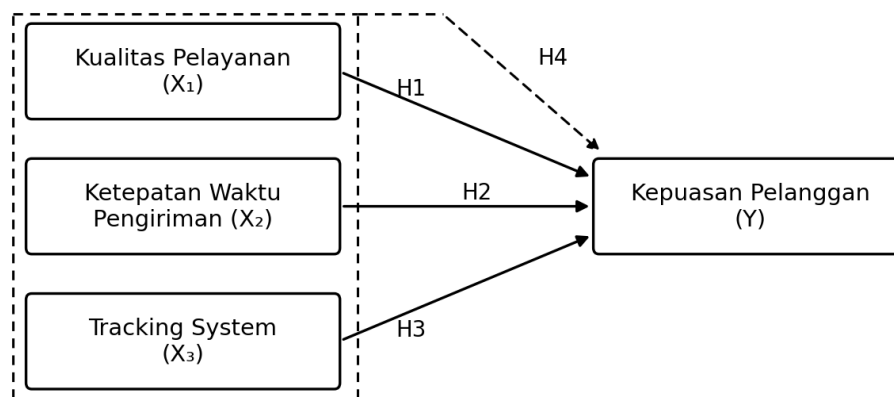
dan *privacy*. Penelitian Eviani dan Hidayat (2021) serta Salsabila dan Parhusip (2024) menunjukkan bahwa *tracking system* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Dewantoro et al. (2020) justru menemukan pengaruh negatif dan signifikan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya *research gap* sehingga perlu dilakukan pengujian kembali pada objek J&T Grogol.

H3: *Tracking system* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Grogol.

5. Kerangka Konseptual dan Hipotesis Simultan

Penelitian ini menggunakan kualitas pelayanan (X_1), ketepatan waktu pengiriman (X_2), dan *tracking system* (X_3) sebagai variabel independen yang diduga memengaruhi kepuasan pelanggan (Y). Ketiga variabel tersebut diperkirakan tidak hanya berpengaruh secara parsial, tetapi juga secara simultan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas layanan operasional perusahaan. Hubungan antarvariabel dan posisi keempat hipotesis penelitian disajikan pada Gambar 1.

H4: Kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan *tracking system* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Grogol.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian
Sumber: Dikembangkan peneliti (2026)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori (kausal-asosiatif), yaitu desain yang bertujuan menguji pengaruh antarvariabel melalui pengujian hipotesis. Lokasi penelitian berada di Drop Point J&T Grogol Kediri, Jl. Raya Kediri–Nganjuk, Sukosewu No. 33 Wonoasri, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi kualitas pelayanan (X_1), ketepatan waktu pengiriman (X_2), dan *tracking system* (X_3), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y). Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju) kepada pelanggan J&T Grogol. Operasionalisasi variabel beserta indikator, sumber rujukan, dan jumlah butir pernyataan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber	Butir	Skala
Kualitas Pelayanan (X_1)	<i>Reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles</i>	Parasuraman et al. (1988) dalam Tjiptono & Chandra (2016)	8 (KP1–KP8)	Likert 1–5

Variabel	Indikator	Sumber	Butir	Skala
Ketepatan Waktu Pengiriman (X ₂)	Kesesuaian estimasi waktu, kecepatan pengiriman, tanggung jawab terhadap proses distribusi	Hafizha et al. (2019)	8 (KWP1–KWP8)	Likert 1–5
Tracking System (X ₃)	<i>Efficiency, fulfillment, privacy</i>	Saha & Zhao (2005)	6 (TS1–TS6)	Likert 1–5
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali jasa, kesediaan merekomendasikan	Indrasari (2019)	6 (KK1–KK6)	Likert 1–5

Sumber: Diolah peneliti dari sumber rujukan terkait (2026)

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan J&T Grogol. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai tujuan penelitian (Sugiyono, 2018). Jumlah sampel yang dianalisis dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan *tracking system* terhadap kepuasan pelanggan (Ghozali, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas dilakukan terhadap 30 responden dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel sebesar 0,361. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, *tracking system*, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, sehingga seluruh instrumen dinyatakan valid. Hasil uji validitas disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas (30 Responden)

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	KP1	0,612	0,361	Valid
	KP2	0,668	0,361	Valid
	KP3	0,587	0,361	Valid
	KP4	0,546	0,361	Valid
	KP5	0,418	0,361	Valid
	KP6	0,431	0,361	Valid
	KP7	0,559	0,361	Valid
	KP8	0,603	0,361	Valid
Ketepatan Waktu Pengiriman (X ₂)	KWP1	0,742	0,361	Valid
	KWP2	0,781	0,361	Valid
	KWP3	0,658	0,361	Valid
	KWP4	0,706	0,361	Valid
	KWP5	0,719	0,361	Valid
	KWP6	0,812	0,361	Valid
	KWP7	0,681	0,361	Valid
	KWP8	0,735	0,361	Valid
Tracking System (X ₃)	TS1	0,695	0,361	Valid
	TS2	0,808	0,361	Valid

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Kepuasan Pelanggan (Y)	TS3	0,836	0,361	Valid
	TS4	0,774	0,361	Valid
	TS5	0,752	0,361	Valid
	TS6	0,618	0,361	Valid
	KK1	0,712	0,361	Valid
	KK2	0,796	0,361	Valid
	KK3	0,815	0,361	Valid
	KK4	0,781	0,361	Valid
	KK5	0,746	0,361	Valid
	KK6	0,634	0,361	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026).

Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70 sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Instrumen	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,821	Reliabel
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	0,901	Reliabel
Tracking System (X3)	0,887	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,851	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026).

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, seluruh instrumen penelitian memenuhi kriteria sebagai alat ukur yang valid dan reliabel. Dengan demikian, instrumen layak digunakan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan tracking system terhadap kepuasan pelanggan J&T Grogol pada tahap analisis selanjutnya.

2. Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,116 ($> 0,05$), sehingga residual penelitian berdistribusi normal. Selain itu, histogram dan *Normal Probability Plot* memperlihatkan pola penyebaran data yang mengikuti garis diagonal. Uji multikolinearitas menunjukkan seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Sementara itu, hasil uji heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot menunjukkan titik-titik menyebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Multikolinearitas

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	1,328	1,896	–	0,700	0,485	–	–
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,290	0,085	0,350	3,407	0,001	0,334	2,990

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
Ketepatan Waktu Pengiriman (X_2)	0,356	0,070	0,469	5,080	0,000	0,414	2,416
Tracking System (X_3)	0,077	0,096	0,065	0,806	0,422	0,538	1,859

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,328 + 0,290X_1 + 0,356X_2 + 0,077X_3 + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki koefisien regresi positif. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan *tracking system* cenderung meningkatkan kepuasan pelanggan J&T Grogol. Nilai koefisien B menunjukkan besarnya perubahan kepuasan pelanggan untuk setiap kenaikan satu satuan pada masing-masing variabel, sehingga besarnya bergantung pada skala pengukuran dan tidak dapat langsung diperbandingkan antarvariabel. Perbandingan kekuatan pengaruh karena itu didasarkan pada koefisien beta terstandarisasi. Berdasarkan nilai tersebut, ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh paling dominan ($\beta = 0,469$), diikuti kualitas pelayanan ($\beta = 0,350$) dan *tracking system* ($\beta = 0,065$). Sementara itu, hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance seluruh variabel berada di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga model regresi memenuhi asumsi tidak terjadi multikolinearitas.

4. Uji Hipotesis

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($t = 3,407$; $\text{Sig.} = 0,001$), sehingga H1 diterima. Variabel ketepatan waktu pengiriman juga berpengaruh positif dan signifikan ($t = 5,080$; $\text{Sig.} = 0,000$), sehingga H2 diterima. Sementara itu, *tracking system* memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($t = 0,806$; $\text{Sig.} = 0,422$), sehingga H3 ditolak. Ringkasan hasil uji parsial disajikan pada Tabel 5, sedangkan hasil uji simultan (uji F) disajikan pada Tabel 6.

Tabel 5. Ringkasan Hasil Uji Parsial (Uji t)

Hipotesis	Jalur	Beta	t	Sig.	Kesimpulan
H1	Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan	0,350	3,407	0,001	Positif signifikan; H1 diterima
H2	Ketepatan Waktu Pengiriman → Kepuasan Pelanggan	0,469	5,080	0,000	Positif signifikan; H2 diterima
H3	Tracking System → Kepuasan Pelanggan	0,065	0,806	0,422	Positif tidak signifikan; H3 ditolak

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026)

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	559,120	3	186,373	62,587	0,000
Residual	285,870	96	2,978	–	–
Total	844,990	99	–	–	–

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026)

Nilai F hitung sebesar 62,587 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan *tracking system* secara simultan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Grogol, sehingga H4 diterima.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,813	0,662	0,651	1,726

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS (2026)

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,651 menunjukkan bahwa 65,1% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan tracking system, sedangkan 34,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Grogol. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Dewantoro et al. (2020), J.C.J. et al. (2024), serta Jani dan Sukmalengkawati (2024).

Variabel ketepatan waktu pengiriman juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta menjadi variabel yang paling dominan dengan nilai koefisien beta tertinggi ($\beta = 0,469$). Hal ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan jasa kurir. Temuan ini konsisten dengan penelitian Rahayu et al. (2025), Salsabila dan Parhusip (2024), serta Dewantoro et al. (2020).

Sementara itu, *tracking system* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini mengindikasikan bahwa keberadaan fitur pelacakan belum menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan J&T Grogol. Temuan ini berbeda dengan Dewantoro et al. (2020) yang menemukan pengaruh negatif dan signifikan, dan juga berbeda dengan Eviani dan Hidayat (2021) serta Salsabila dan Parhusip (2024) yang menemukan pengaruh positif dan signifikan. Dengan kata lain, temuan penelitian ini berada di antara kedua hasil tersebut: arah pengaruhnya positif sebagaimana dua penelitian terakhir, tetapi besarnya belum cukup kuat untuk mencapai taraf signifikansi. Salah satu penjelasan yang mungkin adalah bahwa fitur pelacakan telah menjadi layanan standar yang tersedia pada hampir seluruh penyedia jasa kurir, sehingga tidak lagi menjadi pembeda yang dirasakan pelanggan. Marwani dan Adi (2022) yang menguji variabel serupa pada objek J&T Express di wilayah berbeda dapat menjadi pembanding untuk menguji konsistensi temuan ini pada konteks operasional lain.

Secara simultan, kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan *tracking system* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai Adjusted R^2 sebesar 0,651. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan 65,1% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 34,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Grogol, sedangkan *tracking system* berpengaruh positif namun tidak signifikan. Berdasarkan koefisien beta terstandarisasi, ketepatan waktu pengiriman merupakan faktor yang paling dominan ($\beta =$

0,469), diikuti kualitas pelayanan ($\beta = 0,350$). Secara simultan, kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan *tracking system* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kemampuan menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar 65,1%, sedangkan 34,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada satu unit operasional, yaitu Drop Point J&T Grogol Kediri, sehingga temuannya belum dapat digeneralisasi ke seluruh jaringan J&T Express maupun ke penyedia jasa kurir lain. Kedua, pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yang bersifat non-probabilitas, sehingga peluang setiap anggota populasi untuk terpilih tidak sama. Ketiga, model penelitian hanya melibatkan tiga variabel independen yang secara bersama menjelaskan 65,1% variasi kepuasan pelanggan, sehingga masih terdapat 34,9% variasi yang belum menjelaskan. Keempat, data dikumpulkan melalui persepsi responden pada satu titik waktu (*cross-sectional*), sehingga belum menangkap perubahan kepuasan pelanggan sepanjang waktu.

Saran

J&T Grogol disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui peningkatan responsivitas, keramahan, dan keandalan petugas, serta menjaga konsistensi ketepatan waktu pengiriman karena merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, optimalisasi pemanfaatan *tracking system* perlu dilakukan melalui peningkatan akurasi pembaruan informasi dan edukasi kepada pelanggan agar fitur pelacakan dapat dimanfaatkan secara maksimal. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menambahkan variabel lain seperti harga, kepercayaan pelanggan, citra merek, atau kemudahan penggunaan aplikasi sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan jasa ekspedisi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, M. H., & Sriminarti, N. (2026). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas sistem, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman Grab Express di Jabodetabek. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 5(4), 4389–4402.
- Aminah, A., Rafani, Y., & Hariyani, H. (2017). Analisis pengaruh faktor ketepatan waktu pengiriman barang dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pangkalpinang). *Jurnal Progresif Manajemen*, 17(2), 49–61.
- Dewantoro, D., Aryani, L., & Marzuki, F. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas tracking sistem terhadap kepuasan pelanggan JNE. *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 1(1), 278–293. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/869>
- Dundar, S., & Öztürk, S. (2020). *The effect of on-time delivery on customer satisfaction and loyalty in channel integration*.
- 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).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafizha, S., Abdurrahman, & Nuryani, H. S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan J&T Express. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 1–8.

- Handoko, B. (2016). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 17, 1–13.
- Hasanuddin, Z. A. (2007). Penentuan posisi dengan menggunakan GPS dan aplikasinya. PT Pradnya Paramita.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Jani, A., & Sukmalengkawati, A. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di CV. Sehati Indo Dua Cabang Djoeloeng. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Akuntansi (JEBISMA)*, 1(3), 1–7.
- J.C.J, D. E., Tanuwijaya, H., & Suhandiah, S. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap pembelian ulang di Outlook Barbershop. *JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6(2), 944.
- JET Express. (n.d.). Company. <https://www.jet.co.id/about/company>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Marwani, & Adi, S. W. (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*, 10(1), 445–450.
- Mutiawati, C., et al. (2019). *Kinerja pelayanan angkutan umum jalan raya*. CV Budi Utama.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pattaray, A., et al. (2021). Konsep pelayanan bagi wisatawan penyandang disabilitas. Literasi Nusantara.
- Rahayu, P., Maknunah, L. U., & Fawazi, M. H. (2025). Pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan di PT Pos Indonesia KCP Garum. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(10).
- Saha, P., & Zhao, Y. (2005). *Relationship between online service quality and customer satisfaction*. Lulea University of Technology Sweden.
- Sakti, B. J., & Mahfudz, M. (2018). Analisis pengaruh kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada J&T Express Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 137–144.
- Salsabila, A., & Parhusip, A. A. (2024). Pengaruh tarif, kepercayaan, fasilitas tracking system dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir di Kota Medan). *Jurnal Dunia Pendidikan*, 5(3), 1037–1052.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality, dan satisfaction* (4th ed.). Andi.
- Top Brand Award. (2026). *Top Brand Index 2026: Jasa kurir*. https://topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2026&tbi_index=top-brand&type=subcategory&tbi_find=jasa%20kurir
- Yulianto, A. R. (2018). Tinjauan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi*, 20(2), 241–258.