

**PENGARUH *SERVICE EXCELLENCE*, KETEPATAN WAKTU DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS PADANG
(STUDI KASUS J&T EXPRESS CABANG MARAPALAM)**

Widya Armanda Putri¹ Zeshasina Rosha²

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Universitas Bung Hatta**

E-mail: widyaarmandaputri99@gmail.com,
zeshasina.rossha@bunghatta.ac.id.

PENDAHULUAN

Tingkat perkembangan ekonomi dunia ditandai dengan globalisasi di segala bidang yang diiringi pula tingginya tingkat mobilitas penduduk, lalu lintas uang dan barang dalam arus perdagangan. Disisi lain beban pemerintah semakin berat karena semakin tingginya tuntutan peningkatan kesejahteraan rakyat. Banyaknya penduduk yang mengirim barang dari tempat jauh membuat jasa ini menjadi sangat penting. Salah satu Jasa pengiriman barang di Kota Padang yaitu J&T Express Padang (Cabang Marapalam). Persaingan dalam industri jasa pengiriman menjadi semakin ketat. Kemajuan teknologi pun menjadikan perusahaan jasa pengiriman memiliki sistem kerja yang modern. Salah satu keunggulan yang dimiliki perusahaan jasa pengiriman saat ini adalah sistem online tracking. Pada sistem ini perusahaan maupun Konsumen dapat dengan mudah melacak keberadaan barang yang dikirim.

Penelitian ini bertujuan menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh *service excellent*, ketepatan waktu, dan fasilitas secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman J&T Express Padang (studi kasus J&T Express Cabang Marapalam).

Teori dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen *service excellent*,

ketepatan waktu, dan fasilitas. Kotler & Armstrong (2015) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai suatu pembelian tergantung pada kinerja produk aktual, sehingga sesuai dengan harapan pembeli. Menurut Tjiptono (2016) *service excellence* atau pelayanan yang unggul yaitu suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani Konsumen secara memuaskan. Pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik yang diberikan pihak penyedia jasa sebagai usaha mewujudkan kepuasan Konsumen. Faktor yang kedua yang mempengaruhi adalah ketepatan waktu. Menurut Handoko (2010) menyatakan bahwa ketepatan waktu adalah jangka waktu konsumen memesan produk hingga produk tersebut tiba di konsumen. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para konsumen untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak. Faktor yang ketiga yang mempengaruhi adalah fasilitas. Menurut Tjiptono & Chandra, (2011) fasilitas merupakan bentuk fisik atau atmosfer yang dibentuk oleh eksterior dan interior yang disediakan perusahaan dalam membangun rasa aman dan nyaman konsumen. Menurut Tjiptono, (2014) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang menggunakan jasa pengiriman J&T Express Padang Cabang Marapalam. Teknik

pengambilan sampel adalah *purpose sumpling* dengan jumlah sampel sebanyak 92 responden. Data di olah menggunakan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.913	1.386		-2.102	.038
service excellent	.231	.034	.613	6.872	.000
ketepatan waktu	.003	.125	.002	.025	.980
fasilitas	.133	.039	.280	3.371	.001

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan terhadap hasil penelitian melalui analisis dengan menggunakan SPSS antara variabel-variabel bebas *service excellent*, ketepatan waktu, fasilitas terhadap variabel terikat kepuasan konsumen J&T Express Cabang Marapalam Padang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Service excellent* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen J&T Express Cabang Marapalam Padang.
2. Ketepatan waktu berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen J&T Express Cabang Marapalam Padang.

3. Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen J&T Express Cabang Marapalam Padang.

Adapun saran yang akan di tampilkan Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Pihak Perusahaan
Untuk dapat meningkatkan Kepuasan Konsumen , sebaiknya J&T express cabang marapalam padang dapat memberikan tindakan yang cepat, contohnya disaat konsumen memberikan komplek atau masukan kepada karyawan atau kurir, karyawan dan kurir juga dapat mempertimbangkan bagaimana

mengatasi komplek atau masalah yang terjadi dengan konsumen. Konsumen akan merasa lebih puas apabila karyawan cekatan dalam memberikan solusi disetiap komplek yang ada.

Karyawan juga harus lebih memperhatikan hubungan antara konsumen dengan kurir ataupun orang-orang yang berinteraksi dengan konsumen, karena kenyamanan yang didapatkan salah satunya berasal dari bagaimana cara berkomunikasi dan bagaimana fasilitas yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Bagi Peneliti yang Akan Datang
Diharapkan nanti pada penelitian selanjutnya digunakan sampel yang lebih banyak lagi dan peneliti yang akan datang dapat menambah faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andiri, Suci Ayu (2016). Pengaruh Service Excellence Dan Difrensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Samudra Jaya Art Photo Bridal Komplek Megaland Pematang Siantar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 1. No. 1
- [2] Ahren Ferdinand. (2014). *Metode Penelitian Manejemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis Disertai Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [3] Arikunto, S.2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Cetakan ketujuh, Rineka Cipta, Yogyakarta.
- [4] Barata, Atep Adya. 2016. *Dasar dasar pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [5] Eviani, Intan dan Hidayat, Yusup Rachmat (2021) Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik*. Vol.1, No1 ,Januari 2021, pp. 11-19
- [6] Farida, Ayu & Hardianawati. (2019) Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri (Persero), Tbk. Cabang Pahlawan Revolusi Baru. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 3 No. 2.
- [7] Ghozali, M. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Expedisi Di Surabaya. *Ilmu & Riset Manajemen*, 3(1), 1–18.
- [8] Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Capítulo 12: Canales De Marketing: Transferencia De Valor Para El Cliente*. In *Marketin*

