

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Barokah Kurir Samarinda

Muhamad Naufal Dwi Hidayat¹, Theresia Amelia Pawitra², Dharma Widada³

^{1,2,3} Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Mulawarman

Kampus Gunung Kelua, Jl. Sambaliung No. 9, Samarinda 75119

Email: naufalsantos10@gmail.com, triciapawitra@gmail.com, widada.dharma@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan e-commerce yang pesat mendorong meningkatnya persaingan pada industri jasa pengiriman barang, sehingga perusahaan perlu mengukur kualitas layanan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Salah satu perusahaan logistik di Samarinda mengalami penurunan jumlah pesanan dan menerima sejumlah keluhan terkait kualitas layanan yang belum pernah dievaluasi secara menyeluruh. Penelitian ini bertujuan mengukur kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan serta menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode Logistic Service Quality (LSQ). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada [jumlah responden] pelanggan dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial, dimensi Timeliness and Information (TI) serta Order Discrepancy Handling (ODH) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan ketepatan waktu dan kualitas informasi layanan, serta penanganan ketidaksesuaian pesanan yang lebih efektif, dapat menjadi prioritas perbaikan perusahaan. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis berupa rekomendasi peningkatan kualitas layanan berbasis dimensi LSQ yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, LSQ

ABSTRACT

The rapid growth of e-commerce has intensified competition in the parcel delivery industry, prompting companies to assess service quality in order to maintain customer satisfaction. A logistics company in Samarinda has experienced a decline in the number of orders and received several complaints regarding service quality, which had not previously been evaluated comprehensively. This study aims to measure service quality and customer satisfaction and to analyze the effect of service quality on customer satisfaction using the Logistic Service Quality (LSQ) method. Data were collected through questionnaires distributed to [number of respondents] customers and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that service quality has a significant effect on customer satisfaction. Partially, the dimensions of Timeliness and Information (TI) and Order Discrepancy Handling (ODH) have a significant influence on customer satisfaction. These findings suggest that improving delivery timeliness and the quality of service information, as well as enhancing the handling of order discrepancies, should be prioritized by the company. This study provides a practical contribution by offering recommendations for service quality improvement based on the LSQ dimensions that have the greatest impact on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, LSQ

Pendahuluan

Perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini telah mendorong pertumbuhan yang signifikan di berbagai sektor industri, termasuk jasa pengiriman barang atau jasa kurir. Jasa kurir merupakan layanan yang diberikan oleh perusahaan dalam memfasilitasi pengiriman barang dari satu lokasi ke lokasi lainnya [1]. Kemajuan teknologi dan perkembangan arus informasi yang pesat mendorong perusahaan untuk menciptakan produk atau layanan yang mampu menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan yang terjadi di antara sekian banyak perusahaan [2]. Peningkatan usaha dalam bidang jasa pengiriman barang saat ini dipengaruhi oleh perkembangan e-commerce yang semakin pesat. Karena setelah terjadinya masa pandemi Covid-19 perkembangan e-commerce ini semakin meningkat, maka perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang juga semakin meningkat [3]. Kondisi ini mendorong munculnya berbagai penyedia jasa kurir baru, seperti Go-Send, Ninja Express, dan Shopee Xpress, yang bersaing ketat dengan perusahaan lama seperti JNE dan Pos Indonesia termasuk Barokah Kurir Samarinda [4].

Dengan meningkatnya jumlah perusahaan-perusahaan di bidang jasa pengiriman barang ini, maka akan menimbulkan persaingan antara perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang lainnya. Pada umumnya suatu perusahaan harus melakukan evaluasi atau pengukuran kualitas layanan yang ada pada perusahaan. Kualitas layanan perlu

dilakukan pengukuran secara konsisten dan selalu melakukan perbaikan agar dapat menjaga, meningkatkan, serta memenuhi kepuasan para pelanggan. Hal ini bertujuan agar dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan jasa pengiriman barang lainnya untuk mempertahankan kepuasan yang telah diberikan kepada para pelanggan [4]. Kualitas layanan yang baik terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mempengaruhi loyalitas dan keberlanjutan bisnis [5] [6].

Barokah Kurir Samarinda, sebagai salah satu penyedia jasa pengiriman lokal yang telah beroperasi sejak tahun 2016 dengan cakupan wilayah Samarinda, Tenggarong, dan Balikpapan, mengalami penurunan pesanan dari pihak *online shop* yang menggunakan jasa layanan. Penurunan yang terjadi adalah jumlah pesanan yang tidak sesuai dengan target yang ingin dicapai oleh perusahaan. Penurunan jumlah pesanan dari pelanggan *online shop* menunjukkan perlunya evaluasi kualitas layanan secara menyeluruh. Permasalahan yang sering muncul seperti keterlambatan pengantaran dan komunikasi yang tidak efektif menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan kinerja aktual layanan.

Untuk mengukur dan menganalisis kualitas layanan, metode *Servqual* merupakan metode yang sering digunakan, dengan lebih dari 21.000 penelitian di Google Scholar (akses 10 Oktober 2024). Metode *Servqual* diterapkan dalam beberapa penelitian layanan jasa kurir seperti, pada JNE [7], [8], [9]), [10]. Sedangkan, penerapan *Servqual* pada kurir lokal dilakukan oleh [4], [11] dan [12] di CV. Kurir Kuriran Samarinda. Namun, dalam konteks logistik, *Servqual* dianggap memiliki keterbatasan karena tidak secara spesifik mengakomodasi karakteristik jasa yang melibatkan pemisahan fisik antara penyedia layanan dan pelanggan. Oleh sebab itu, pendekatan *Logistic Service Quality* (LSQ) dikembangkan untuk mengukur kualitas layanan logistik secara lebih akurat [13]. Model LSQ mencakup sembilan dimensi utama: *Personal Contact Quality*, *Information Quality*, *Order Release Quantities*, *Ordering Procedures*, *Order Conditions*, *Order Discrepancy Handling*, *Order Accuracy*, *Order Quality*, dan *Timeliness* [14]. Dimensi-dimensi ini mencerminkan aspek penting dalam proses pengiriman yang berdampak langsung pada pengalaman pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah respons emosional atas perbandingan antara harapan dengan kinerja layanan yang diterima [15]. salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam sebuah perusahaan logistik adalah kualitas layanan. Peningkatan kepuasan pelanggan dalam bidang logistik ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas layanan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode *Logistic Service Quality* (LSQ) yang digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yang ada di Barokah Kurir Samarinda.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yaitu PT. Barokah Kurir Samarinda dengan menggunakan metode *Logistic Service Quality* (LSQ) dengan melakukan penyebaran kuesioner secara langsung dengan memberikan daftar pertanyaan-pertanyaan melalui kuesioner terhadap responden yang menggunakan jasa kurir PT. Barokah Kurir Samarinda.

Metode Pengumpulan Data

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada responden secara langsung yaitu pelanggan yang telah menggunakan jasa Barokah Kurir Samarinda minimal dua kali dalam kurun waktu tiga bulan terakhir, sedangkan data sekunder merupakan suatu data yang diperoleh berdasarkan sumber-sumber yang telah ada sebelumnya. Data sekunder pada penelitian ini berasal dari data dokumen yang berasal dari Barokah Kurir Samarinda seperti profil perusahaan, daftar pelanggan, dan kontak para pelanggan. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* atau teknik pengambilan sampel secara sengaja dengan kriteria yang diinginkan [16]. Jumlah sampel minimum ditentukan menggunakan *slovin*. Responden yang digunakan pada penelitian ini adalah pelanggan layanan jasa kurir Barokah Kurir Samarinda yang telah menggunakan jasa tersebut minimal dua kali dalam kurun waktu tiga bulan terakhir. Penentuan jumlah responden pada penelitian ini disesuaikan dengan kuesioner yang akan disebar. Berdasarkan hasil perhitungan, nilai n atau jumlah sampel minimal yang diperlukan adalah sebanyak 99,24 responden dan demi mendapatkan gambaran yang lebih akurat jumlah responden dibulatkan ke atas menjadi 100 responden. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun berdasarkan enam dimensi *Logistic Service Quality* (LSQ), yang terdiri atas 13 item pernyataan, dengan rincian 4 item pada dimensi *Personal Contact Quality*, 3 item pada dimensi *Timeliness*, 3 item pada dimensi *Order Discrepancy Handling*, 1 item pada dimensi *Order Condition*, dan 2 item pada dimensi *Operational Information Sharing*.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji validitas dengan menggunakan teknik perhitungan korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan *software* SPSS. Atribut kuesioner dapat dikatakan valid ketika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ serta nilai $sig < 0,05$, maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5% sehingga nilai r_{tabel} untuk 100 responden adalah 0,195 [17] [18].
2. Uji reliabilitas
Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen pengukuran dapat memberikan hasil yang konsisten. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*.

Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila nilai pada *Cronbach's Alpha* > 0,60. Semakin tinggi hasil nilai pada *Cronbach's Alpha* maka semakin tinggi juga tingkat reliabilitas kuesioner tersebut [19] [20].

3. **Statistik Deskriptif**
Statistik deskriptif merupakan teknik statistik yang digunakan untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran mengenai subjek penelitian. Pada penelitian ini menggunakan statistik deskriptif untuk melakukan pengolahan profil responden dengan menghitung frekuensi pada variabel-variabel, seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan frekuensi penggunaan layanan. Kemudian pengolahan statistik deskriptif kualitas layanan dilakukan dengan menghitung hasil nilai rata-rata pada jawaban responden terkait persepsi kualitas layanan. Pengolahan ini dilakukan perhitungan secara keseluruhan dan per dimensi pada variabel kualitas layanan [21].
4. **Uji Asumsi Klasik**
Uji asumsi klasik digunakan untuk menghasilkan hasil regresi yang baik dan efisien. Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan melakukan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik dilakukan dengan bantuan *software* SPSS dan menggunakan nilai *alpha* 5% [22] [23].
5. **Uji Regresi Linier Berganda**
Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (kualitas layanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Uji ini dilakukan apabila uji asumsi klasik telah memenuhi syarat dan syarat yang dibutuhkan adalah data yang berdistribusi normal, tidak memiliki gangguan heteroskedastisitas, kedua variabel memiliki hubungan linier dan tidak adanya multikolinearitas pada variabel bebas [24] [25].
6. **Uji Hipotesis**
Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dalam sebuah variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang dihasilkan oleh variabel independen terhadap variabel dependen yang dapat dilihat dengan melakukan uji T (Parsial), uji F (Simultan), dan uji koefisien determinasi yang digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen [26].

Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas

Berikut merupakan hasil pengukuran uji validitas kuesioner persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dan kepuasan pelanggan Barokah Kurir Samarinda.

Tabel 1. Uji validitas kualitas layanan

Atribut	Variabel	R _{Hasil}	R _{Tabel}	Keterangan
PCQ1	Kurir dapat memahami situasi anda	0,607	0,195	Valid
PCQ2	Kurir dapat menyelesaikan masalah yang terjadi pada bagian pengiriman	0,611	0,195	Valid
PCQ3	Kurir merespon permintaan anda dengan cepat	0,633	0,195	Valid
PCQ4	Kurir memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan pelayanan kepada anda	0,676	0,195	Valid
TI1	Waktu antara pengajuan permintaan pengiriman sampai barang tiba di tujuan sesuai harapan anda	0,666	0,195	Valid
TI2	Pengiriman barang sesuai dengan waktu yang dijanjikan	0,508	0,195	Valid
TI3	Kurir memberikan informasi yang jelas jika terjadi keterlambatan pengiriman barang	0,279	0,195	Valid
ODH1	Tanggapan terhadap komplain sudah memuaskan	0,502	0,195	Valid
ODH2	Proses pelaporan komplain sesuai dengan harapan anda	0,619	0,195	Valid
ODH3	Kurir bertanggung jawab apabila terjadi pengantaran yang tidak sesuai	0,650	0,195	Valid
OC1	Barang pesanan yang diterima setelah pengantaran dalam kondisi sesuai yang dijanjikan	0,597	0,195	Valid
OIS1	Informasi operasional dibagikan secara efektif kepada anda	0,350	0,195	Valid
OIS2	Informasi operasional yang diberikan akurat	0,391	0,195	Valid

Tabel 2. Uji validitas kepuasan pelanggan

Atribut	Variabel	R _{Hasil}	R _{Tabel}	Keterangan
Y1	Bagaimana kesan yang dapat anda berikan terhadap keseluruhan layanan pada Barokah Kurir Samarinda	0,816	0,195	Valid
Y2	Kata mana yang paling cocok menggambarkan perasaan anda terhadap layanan yang diberikan oleh Barokah Kurir Samarinda	0,830	0,195	Valid
Y3	Seberapa puaskah anda dengan layanan pengiriman yang diberikan oleh Barokah Kurir Samarinda	0,793	0,195	Valid

Semua item pertanyaan pada variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan bersifat valid karena memiliki nilai $R_{\text{hasil}} > R_{\text{tabel}}$

Uji Reliabilitas

Berikut ini hasil perhitungan uji realibilitas untuk dimensi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Tabel 3. Uji reliabilitas kualitas layanan

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	N of Item	Nilai r	Keterangan
0,803	13	0,60	Reliabel

Tabel 4. Uji reliabilitas kepuasan pelanggan

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	N of Item	Nilai r	Keterangan
0,743	3	0,60	Reliabel

Item pertanyaan yang mengukur variabel penelitian dinyatakan reliabel karena besarnya nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 yaitu 0,803 dan 0,743.

Profil Responden

Profil responden merupakan salah satu subjek dalam penelitian ini yang terdiri dari beberapa karakteristik berdasarkan jabatan, frekuensi penggunaan, dan usia responden.

Tabel 5. Pengolahan profil responden

No	Pernyataan	Pilihan	Jumlah	
			Frekuensi	Presentase
1	Jabatan	Pemilik	76	76%
		Karyawan	24	24%
	Total		100	
2	Pernah menggunakan jasa layanan Barokah Kurir Samarinda?	Ya	100	100%
		Tidak	0	0%
	Total		100	
3	Mengelola pengiriman dan komplain?	Ya	100	100%
		Tidak	0	0%
	Total		100	
4	Frekuensi Penggunaan	< 2 Penggunaan	0	0%
		2 - 3 Penggunaan	18	18%
		4 - 5 Penggunaan	27	27%
		> 5 Penggunaan	55	55%
	Total		100	
5	Usia	17 - 25 Tahun	18	18%
		25 - 35 Tahun	45	45%
		35 - 45 Tahun	33	33%
		> 45 Tahun	4	4%
	Total		100	

Kualitas Layanan

Berikut ini merupakan hasil dari pengolahan statistik deskriptif untuk hasil kuesioner mengenai tingkat kualitas layanan berdasarkan persepsi para pelanggan.

Tabel 6. Rata-rata keseluruhan atribut dan dimensi kualitas layanan

Kode	Dimensi	Atribut	N	Rata-rata Atribut	Rata-rata Dimensi
PCQ1	<i>Personal Contact Quality</i> (Kualitas Kontak Personal)	Kurir dapat memahami situasi anda	100	5,52	5,70
PCQ2		Kurir dapat menyelesaikan masalah yang terjadi pada bagian pengiriman		5,64	
PCQ3		Kurir merespon permintaan anda dengan cepat	100	5,78	5,70

PCQ4	Personal Contact Quality (Kualitas Kontak Personal)	Kurir memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan pelayanan kepada anda		5,85	
TI1	Timeliness (Ketepatan Waktu)	Waktu antara pengajuan permintaan pengiriman sampai barang tiba sesuai harapan		4,69	4,82
TI2		Pengiriman barang sesuai dengan waktu yang dijanjikan	100	4,52	
TI3		Kurir memberikan informasi yang jelas jika terjadi keterlambatan pengiriman barang		5,25	
ODH1	Order Disperancy Handling (Penanganan Ketidaksesuaian Pesanan)	Tanggapan terhadap komplain sudah memuaskan		5,26	5,50
ODH2		Proses pelaporan komplain sesuai dengan harapan anda	100	5,43	
ODH3		Kurir bertanggung jawab apabila terjadi pengantaran yang tidak sesuai		5,81	
OC1	Order Condition (Kondisi Pesanan)	Barang pesanan yang diterima setelah pengantaran dalam kondisi sesuai yang dijanjikan	100	6,21	6,21
OIS1	Operational Information Sharing (Berbagi Informasi Operasional)	Informasi operasional dibagikan secara efektif kepada anda		5,73	5,90
OIS2		Informasi operasional yang diberikan akurat	100	6,07	
Rata-Rata Kualitas Layanan				5,63	

Berdasarkan data di atas diketahui nilai rata-rata atribut tertinggi adalah atribut OC1 dengan nilai rata-rata 6,21 dari skala 1 sampai 7. Atribut yang memiliki nilai terendah adalah atribut TI2 dengan nilai 4,52. Dimensi OC adalah dimensi yang memiliki nilai rata-rata tertinggi dengan nilai rata-rata sebesar 6,21 dan dimensi yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah dimensi TI dengan nilai rata-rata sebesar 4,82. Dalam penelitian ini terdapat lima indikator yang diteliti berdasarkan dimensi *Logistic Service Quality*, yaitu kualitas kontak personal (PCQ), ketepatan waktu (TI), penanganan ketidaksesuaian pesanan (ODH), kondisi pesanan (OC), dan berbagi informasi operasional (OIS). Kelima dimensi kualitas layanan pada penelitian ini akan dikategorikan berdasarkan nilai rata-rata dalam skala 1-7 yang dijelaskan pada Tabel 7 berikut ini.

Tabel 7. Kategorisasi nilai rata-rata skala 1-7

Nilai Rata-Rata	Kategori
1,00 – 2,33	Kurang Baik
2,34 – 4,67	Cukup Baik
4,68 – 7,00	Baik

1. Kualitas Kontak Personal (*Personal Contact Quality*)

Pada dimensi PCQ "*Personal Contact Quality*" didapatkan nilai rata-rata sebesar 5,70 dari skala 1-7 yang tergolong kategori "baik". Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada atribut PCQ4 sebesar 5,85, yaitu pada pernyataan "Kurir memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan pelayanan kepada Anda". Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai kinerja kurir cukup baik. Penilaian positif ini didukung oleh pembinaan awal dari perusahaan serta adanya SOP pengambilan dan pengantaran barang. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada atribut PCQ1 sebesar 5,52, yaitu pada pernyataan "Kurir dapat memahami situasi Anda". Ini menunjukkan bahwa sebagian kurir dinilai belum sepenuhnya mampu memahami kondisi pelanggan. Hasil wawancara juga mengungkapkan bahwa beberapa kurir masih kurang profesional dalam berinteraksi dengan pelanggan.

2. Ketepatan Waktu (*Timeliness*)

Pada dimensi TI "*Timeliness*" didapatkan nilai rata-rata sebesar 4,82 dari skala 1-7 yang tergolong kategori "baik". Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada atribut TI3 sebesar 5,25, yaitu pada pertanyaan "Kurir memberikan informasi yang jelas jika terjadi keterlambatan pengiriman barang". Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai kurir selalu memberikan informasi yang jelas melalui WhatsApp saat terjadi keterlambatan. Sikap ini sejalan dengan SOP pengiriman barang, yang mewajibkan kurir menyampaikan informasi keterlambatan kepada admin dan pelanggan. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada atribut TI2 sebesar 4,52, pada pertanyaan "Pengiriman barang sesuai dengan waktu yang dijanjikan". Artinya, pelanggan merasa pengiriman sering tidak tepat waktu. Padahal, dalam SOP yang sama, kurir diwajibkan mengirim barang sesuai jadwal. Berdasarkan wawancara, keterlambatan ini terjadi karena beberapa kurir menumpuk pesanan, sehingga pengiriman menjadi terlambat.

3. Penanganan Ketidaksesuaian Pesanan (*Order Disperancy Handling*)

Pada dimensi ODH "*Order Disperancy Handling*" didapatkan nilai rata-rata sebesar 5,50 dari skala 1-7 yang tergolong kategori "baik". Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada atribut ODH3 sebesar 5,81, yaitu pada pertanyaan "Kurir bertanggung jawab apabila terjadi pengantaran yang tidak sesuai". Artinya, pelanggan menilai kurir Barokah Kurir Samarinda selalu bertanggung jawab saat terjadi kesalahan, sehingga memberikan kesan positif. Hal ini sesuai dengan SOP pengiriman barang yang mewajibkan

kurir bertanggung jawab atas barang selama proses pengiriman. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada atribut ODH1 sebesar 5,26, pada pertanyaan “Tanggapan terhadap komplain sudah memuaskan”. Ini menunjukkan bahwa penanganan komplain oleh admin dinilai belum memuaskan. Beberapa pelanggan menyampaikan bahwa komplain melalui WhatsApp sering ditanggapi dengan lambat atau tidak segera direspons

4. Kondisi Pesanan (*Order Condition*)

Pada dimensi OC “*Order Condition*” didapatkan nilai rata-rata sebesar 6,21 dari skala 1-7 yang tergolong kategori “baik”. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan memberikan penilaian cukup baik terhadap kurir Barokah Kurir Samarinda yang selalu menjaga barang sejak pengambilan hingga pengantaran. Hal ini karena kurir telah menjalankan SOP perusahaan dengan baik, yaitu “SOP Pengambilan Barang” dan “SOP pengiriman barang”. SOP mewajibkan kurir untuk mengecek kondisi barang saat pengambilan dan menjaga barang selama proses pengiriman hingga tiba dengan baik di tujuan.

5. Berbagi Informasi Operasional (*Operational Information Sharing*)

Pada dimensi OIS didapatkan nilai rata-rata sebesar 5,90 dari skala 1-7 yang tergolong kategori “baik”. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada atribut OIS2 sebesar 6,07, yaitu pada pertanyaan “Informasi operasional yang diberikan akurat”. Ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai kurir Barokah Kurir Samarinda sudah cukup baik dalam memberikan informasi yang jelas dan akurat saat terjadi kendala dalam proses pengambilan atau pengiriman, sehingga pelanggan merasa lebih terinformasi. Sementara itu, nilai rata-rata terendah terdapat pada atribut OIS1 sebesar 5,73, yaitu pada pertanyaan “Informasi operasional dibagikan secara efektif kepada anda”. Meskipun nilainya masih tergolong baik, pelanggan merasa penyampaian informasi oleh kurir masih perlu ditingkatkan. Beberapa kurir belum sepenuhnya menyampaikan informasi saat pengambilan atau pengiriman, sehingga menimbulkan ketidakpastian waktu bagi pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Berikut merupakan hasil perhitungan analisis kepuasan pelanggan untuk rata-rata secara keseluruhan.

Tabel 8. Nilai rata-rata atribut kepuasan pelanggan

Kode	Variabel	Atribut	Presentase (%)					Rata-Rata Atribut
			1	2	3	4	5	
Y1	Kepuasan Pelanggan	Bagaimana kesan yang dapat anda berikan terhadap keseluruhan layanan pada Barokah Kurir Samarinda	0	0	12	45	43	4,31
Y2		Kata mana yang paling cocok menggambarkan perasaan anda terhadap layanan yang diberikan oleh Barokah Kurir Samarinda	0	0	13	48	39	4,26
Y3		Seberapa puaskah anda dengan layanan pengiriman yang diberikan oleh Barokah Kurir Samarinda	0	0	8	38	54	4,48
		Total						4,35

Berdasarkan Tabel 8 di atas diketahui nilai rata-rata untuk masing-masing atribut kepuasan pelanggan secara keseluruhan bernilai diatas 4 dan termasuk dalam kategori hasil yang puas, hal ini dibuktikan dengan rata-rata nilai atribut untuk Y1 sebesar 4,31 yang menggambarkan kesan terhadap keseluruhan layanan mayoritas para pelanggan memilih menjawab 45% “puas” dari skala 1 hingga 5, kemudian rata-rata nilai atribut Y2 sebesar 4,26 yang menjelaskan kata mana yang dapat mewakili pelanggan terhadap layanan mayoritas para pelanggan memilih menjawab 48% “puas” dari skala 1 hingga 5, dan rata-rata nilai atribut Y3 sebesar 4,48 yang menggambarkan seberapa besar tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap layanan yang telah diberikan, mayoritas para pelanggan memilih menjawab 54% “sangat puas” dari skala 1 hingga 5.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk melihat adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang digunakan untuk memastikan bahwa model regresi yang akan digunakan telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan. Uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas untuk menguji apakah data berdistribusi normal, uji multikolinearitas untuk mendeteksi adanya korelasi antara variabel independen, uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah terjadi gejala heteroskedastisitas, dan uji linearitas untuk menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linear atau tidak.

Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian kali ini akan dilakukan uji asumsi klasik dengan menggunakan bantuan *software* SPSS Statistics 25. Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji linearitas, dan uji multikolinearitas. Untuk penjelasan dan hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan dapat dilihat berikut ini.

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.33931374
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.042
	Negative	-.049
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Gambar 1. Uji normalitas

Berdasarkan gambar di atas, uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 dimana $0,200 > 0,05$, maka berdasarkan data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinearitas

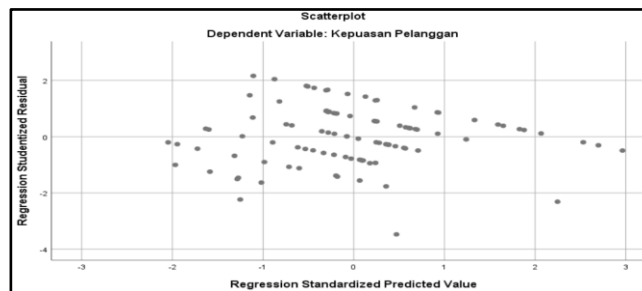
Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error				Tolerance	VIF	
1	(Constant)	4.849	1.718	2.822	.006			
	PCQ	.061	.071	.101	.861	.392	.543	1.841
	TI	.205	.076	.280	.2710	.008	.701	1.426
	ODH	.199	.064	.306	3.090	.003	.760	1.316
	OC	.067	.233	.030	.285	.776	.685	1.460
	OIS	.013	.120	.010	.912	.866	1.155	

a. Dependent Variable: Y

Gambar 2. Uji multikolinearitas

Berdasarkan Gambar 2 di atas merupakan hasil dari uji multikolinearitas yang dapat dilihat bahwa hasil nilai VIF dan *tolerance* dari masing-masing dimensi memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1. Pada dimensi PCQ didapatkan nilai *tolerance* sebesar 0,543, dimensi TI sebesar 0,701, dimensi ODH sebesar 0,760, dimensi OC sebesar 0,685, dan dimensi OIS sebesar 0,866. Kemudian pada dimensi PCQ didapatkan nilai VIF sebesar 1,841, dimensi TI sebesar 1,426, dimensi ODH sebesar 1,316, dimensi OC sebesar 1,460, dan dimensi OIS sebesar 1,155. Dengan demikian, dapat disimpulkan H_0 diterima H_1 ditolak sehingga antara variabel bebas tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Uji heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik tersebut dapat dilihat bahwa titik-titik data pada grafik menyebar secara acak di atas dan dibawah titik 0 pada sumbu X dan Y, dan tidak membentuk sebuah pola tertentu. Dengan demikian maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada data penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan antara variabel bebas yaitu kualitas layanan dengan dimensi PCQ, TI, ODH, OC, dan OIS terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y). Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini H_0 = tidak terdapat hubungan yang linier dan H_1 = terdapat hubungan yang linier. Jika nilai *sig. deviation from linierity* > 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat hubungan yang linier. Adapun kesimpulan dari hasil uji linieritas tabel dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 9. Hasil uji linieritas anova

Dimensi	Nilai Signifikansi	Keterangan
PCQ	0,609 > 0,05	Linier
TI	0,181 > 0,05	Linier
ODH	0,284 > 0,05	Linier

OC	0,494 > 0,05	Linier
OIS	0,943 > 0,05	Linier

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda untuk mengidentifikasi pengaruh setiap variabel independen atau kualitas layanan terhadap variabel dependen atau kepuasan pelanggan.

1. Model Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.849	1.718	2.822	.006
	PCQ	.061	.071	.101	.392
	TI	.205	.076	.280	.008
	ODH	.199	.064	.306	.003
	OC	.067	.233	.030	.776
	OIS	.013	.120	.010	.912

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Gambar 4. Output regresi linier berganda

Hasil dari analisis regresi linier berganda dapat diketahui untuk hasil dari koefisien regresi dari kualitas kontak personal (PCQ) sebesar 0,061, ketepatan waktu (TI) sebesar 0,205, penanganan ketidaksesuaian pesanan (ODH) sebesar 0,199, kondisi pesanan (OC) sebesar 0,067 dan berbagi informasi operasional (OIS) sebesar 0,013. Sehingga didapatkan hasil model regresi linier berganda pada penelitian ini yaitu, $Y = 4,849 + 0,061 X_1 + 0,205 X_2 + 0,199 X_3 + 0,067 X_4 + 0,013 X_5$. Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut ini:

- Hasil nilai konstanta dalam model regresi adalah 4,849 yang menunjukkan nilai dari variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y) adalah 4,849 apabila variabel independen (X) bernilai nol (0)
- Hasil nilai koefisien regresi dari dimensi kualitas kontak personal (PCQ) sebesar 0,061 dan bernilai positif, yang berarti apabila dimensi kualitas kontak personal (PCQ) mengalami peningkatan 1 satuan maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,061.
- Hasil nilai koefisien regresi dari dimensi ketepatan waktu (TI) sebesar 0,205 dan bernilai positif, yang berarti apabila dimensi ketepatan waktu (TI) mengalami peningkatan 1 satuan maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,205.
- Hasil nilai koefisien regresi dari dimensi penanganan ketidaksesuaian pesanan (ODH) sebesar 0,199 dan bernilai positif, yang berarti apabila dimensi penanganan ketidaksesuaian pesanan (ODH) mengalami peningkatan 1 satuan maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,199.
- Hasil nilai koefisien regresi dari dimensi kondisi pesanan (OC) sebesar 0,050 dan bernilai positif, yang berarti apabila dimensi kondisi pesanan (OC) mengalami peningkatan 1 satuan maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,067.
- Hasil nilai koefisien regresi dari dimensi berbagi informasi operasional (OIS) sebesar 0,013 dan bernilai positif, yang berarti apabila dimensi berbagi informasi operasional (OIS) mengalami peningkatan 1 satuan maka kepuasan pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,013.

2. Uji T

Berikut ini merupakan hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan uji t. *Output* uji t dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.849	1.718	2.822	.006
	PCQ	.061	.071	.101	.392
	TI	.205	.076	.280	.008
	ODH	.199	.064	.306	.003
	OC	.067	.233	.030	.776
	OIS	.013	.120	.010	.912

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Gambar 5. Output uji t

Berdasarkan hasil *output* uji t diatas maka pengujian masing-masing hipotesis sudah dapat dilakukan. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5% atau 0,05. Dari hasil hipotesis dapat disimpulkan bahwa dimensi yang memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan adalah dimensi TI dan ODH dengan nilai t_{hitung} berturut-turut sebesar 2,710 dan 3,090 lebih besar dari t_{tabel} yang bernilai 1,985. Dimensi PCQ, OC, dan OIS tidak berpengaruh signifikan dikarenakan t_{hitung} lebih kecil dibandingkan t_{tabel} .

3. Uji F

Berikut merupakan hasil dari uji F yang dilakukan dengan menggunakan nilai F_{tabel} sebesar 2,31 dan nilai signifikansi 0,05% yang dapat dilihat pada Gambar 6 berikut ini.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	75.168	5	15.034	7.958	.000 ^b
	Residual	177.582	94	1.889		
	Total	252.750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), OIS, ODH, TI, OC, PCQ

Gambar 6. Output uji F

Pada Gambar 6 di atas dapat diketahui hasil Uji F untuk pengaruh dimensi kualitas kontak personal (PCQ), ketepatan waktu (TI), penanganan ketidaksesuaian pesanan (ODH), kondisi pesanan (OC) dan berbagi informasi operasional (OIS) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) didapatkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ dan nilai F_{hitung} sebesar $7,958 > F_{tabel} 2,31$. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa H_0 ditolak, maka H_1 diterima artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama dimensi kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi merupakan salah satu uji yang digunakan untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel independen yaitu PCQ, TI, ODH, OC, dan OIS secara simultan terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi dapat diklasifikasikan menjadi empat kelas interval yang dapat dilihat pada Tabel 10 berikut ini.

Tabel 10. Skala interval koefisien determinasi

Nilai R^2	Kategori
$< 0,25$	Sangat Lemah
$0,25 < 0,50$	Lemah
$0,50 < 0,75$	Moderat
$> 0,75$	Substansial

Berikut ini akan dijelaskan mengenai hasil dari nilai koefisien determinasi pada variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Barokah Kurir Samarinda. Untuk hasil dari nilai koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 7 berikut ini.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.545 ^a	.297	.260	1.374

a. Predictors: (Constant), OIS, ODH, TI, OC, PCQ

Gambar 7. Output uji koefisien determinasi

Berdasarkan pada Gambar 7 di atas dapat diketahui bahwa untuk hasil dari nilai R^2 didapatkan sebesar 0,297. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel kualitas layanan yang terdiri dari kualitas kontak personal (PCQ), ketepatan waktu (TI), penanganan ketidaksesuaian pesanan (ODH), kondisi pesanan (OC) dan berbagi informasi operasional (OIS) dalam menjelaskan variabel kepuasan pelanggan hanya mampu sebesar 29.7%. Dari hasil R^2 yang didapatkan ini maka pengaruh variabel kualitas layanan secara bersama-sama

dapat dikategorikan sebagai hasil yang lemah, sedangkan untuk sisa nilai sebesar 70,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dilakukan pada penelitian ini.

Usulan Perbaikan

Usulan perbaikan yang dilakukan bertujuan untuk memperbaiki dimensi-dimensi kualitas layanan saat ini agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil dari penelitian ini diketahui bahwa dimensi yang memiliki hubungan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan adalah dimensi ODH (*Order Discrepancy Handling*) dan TI (*Timeliness*). Usulan perbaikan yang diberikan kepada Barokah Kurir Samarinda pada atribut dimensi ODH adalah penambahan jumlah admin. Hal ini disebabkan komplain yang disampaikan pelanggan sering kali tidak mendapatkan respon yang cepat atau *slowrespon* dari pihak admin. Berdasarkan dimensi TI terutama pada atribut TI2 dengan nilai sebesar 4,52 yaitu pada atribut pertanyaan “Pengiriman barang sesuai dengan waktu yang dijanjikan”. Dari hasil nilai rata-rata atribut yang rendah ini pelanggan menilai bahwa kurir pada Barokah Kurir Samarinda masih sering melakukan pengiriman yang tidak sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Usulan perbaikan untuk dimensi TI adalah mengatur jumlah pesanan untuk *driver*.

Simpulan

Kualitas layanan Barokah Kurir Samarinda tergolong baik dengan nilai rata-rata persepsi sebesar 5,63 pada skala 1–7, sedangkan tingkat kepuasan pelanggan berada pada kategori puas dengan nilai rata-rata 4,35 pada skala 1–5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan dimensi Order Discrepancy Handling (ODH) dan Timeliness (TI) sebagai faktor yang paling menentukan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 29,7% mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh faktor lain di luar kualitas layanan. Secara praktis, perusahaan disarankan meningkatkan kecepatan penanganan keluhan melalui penambahan personel administrasi serta mengoptimalkan pengaturan beban kerja kurir untuk mengurangi keterlambatan pengiriman. Secara ilmiah, penelitian ini berkontribusi dengan menerapkan model *Logistic Service Quality* (LSQ) pada perusahaan kurir lokal non-nasional, yang masih jarang dikaji. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel eksternal lain, seperti harga dan citra perusahaan, serta menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Daftar Pustaka

- [1] G. Putri, Ruaida, dan I. Angraini, “Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Kurir Priority Cargo and Package (PCP) di Banda Aceh,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi*, vol. 6, no. 1, hlm. 1–6, 2024, [Daring]. Tersedia pada: <http://jim.unsyiah.ac.id/pendidikan-ekonomi/index>
- [2] Ahmad dan K. Aprianti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kabupaten Bima,” *Jurnal Bina Manajemen*, vol. 10, no. 1, hlm. 220–228, 2021.
- [3] A. Zahra, T. Herawaty, dan Z. Muttaqin, “Pengembangan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang pada PT Pos Indonesia (Persero) KCU Bandung,” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol. 14, no. 1, hlm. 95–103, 2024.
- [4] D. L. Sumarna dan A. S. Pramudita, “Pengaruh Kualitas Jasa Kurir Terhadap Minat Beli Konsumen E-Commerce,” *Jurnal Ekonomi dan Industri*, vol. 21, no. 1, hlm. 45–52, 2020, doi: 10.35137/jei.v21i1.401.
- [5] M. I. H. Ahmad Zikri, “Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera,” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, vol. 1, no. 1, hlm. 129–138, 2022.
- [6] M. H. Hidayat, D. Novitasari, dan L. Asih, “Pengaruh Jasa Kurir dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Basecamp Café di Kabupaten Sumenep,” *Seminar Nasional Manajemen*, vol. 1, no. 1, hlm. 112–118, 2022.
- [7] Z. Fanani, N. B. Puspitasari, A. Susanty, A. R. Andini, dan R. Rumita, “Analisis Logistic Service Quality Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Jasa Pengiriman JNE Express,” *Jurnal Teknik Industri*, vol. 15, no. 2, hlm. 73–81, 2020.
- [8] F. Z. Shaumi dan E. R. Cahyadi, “Perbandingan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Logistik Pada JNE dan J&T Express di Jabodetabek,” *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, vol. 8, no. 3, hlm. 939–950, Sep 2022, doi: 10.17358/jabm.8.3.939.
- [9] S. W. Hati dan A. Juliati, “Analisis Pengaruh Logistic Service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Logistik Jalur Nugraha Ekakurir (JNE),” *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, vol. 7, no. 2, hlm. 240–249, 2019.

- [10] K. F. Jayanti, F. Fatimah, dan A. Izudin, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang JNE di Besuki,” *Jurnal Ekonomi*, vol. 18, no. 1, hlm. 182–191, 2022.
- [11] T. Krisnahadi dan B. H. Septika, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Kurir PT. X Cabang Mataram,” *Jurnal Ilmiah Sangkareang Mataram*, vol. 9, no. 3, hlm. 38–42, 2022.
- [12] M. A. Husain, D. Widada, dan T. A. Pawitra, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Logistic Service Quality (Studi Kasus: CV. Kurir Kuriran Samarinda),” *Jurnal Teknik Industri*, vol. 9, no. 2, hlm. 379–389, 2023.
- [13] A. W. Nisa dan N. A. Wessiani, “Analisis Evaluasi Kualitas Layanan Logistik dan Analisis Risiko Berbasis ISO 31000 : 2018 pada Perusahaan Penyedia Layanan Logistik (Studi Kasus: Unit Bisnis Freight Forwarding PT Cipta Sinergi Bisnis),” *Jurnal Teknik ITS*, vol. 11, no. 3, hlm. 138–145, 2022.
- [14] A. Juwita, S. Restuti, dan H. Noviasari, “Analisis Tingkat Kepuasan Dengan Menggunakan Variabel Logistic Service Quality (LSQ),” *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, vol. 02, no. 3, hlm. 636–650, 2023.
- [15] F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2019.
- [16] A. Asari dkk., *Pengantar Statistika*. Solok: Penerbit Mafy Media Literasi Indonesia, 2023.
- [17] N. Fitrah, A. Muawwal, dan Marlina, “Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Website Gepo Menggunakan Metode Pieces,” *KHARISMA Tech*, vol. 17, no. 2, hlm. 172–183, 2022, doi: 10.55645/kharismatech.v17i2.306.
- [18] T. Paputungan, L. F. Tamengkel, dan O. F. C. Walangitan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT JNE Kotamobagu,” *Productivity*, vol. 2, no. 5, hlm. 397, 2021.
- [19] R. Al Hakim, I. Mustika, dan W. Yuliani, “Validitas dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi,” *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, vol. 4, no. 4, hlm. 263, Jul 2021, doi: 10.22460/fokus.v4i4.7249.
- [20] E. S. Ningsih, F. S. Fatimah, R. J. Sarwadamana, dan E. Sulistyaningsih, “Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kuesioner Manajemen Talenta,” *Indonesian Journal of Hospital Administration*, vol. 4, hlm. 52–55, 2021, [Daring]. Tersedia pada: <http://ejournal.almaata.ac.id/index.php/IJHAA>
- [21] R. Rahmadina dan H. Millanyani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Tebu,” *Jurnal Ilmiah MEA*, vol. 6, no. 3, hlm. 857–877, 2022.
- [22] S. M. Sholihah, N. Y. Aditya, E. S. Evani, dan S. Maghfiroh, “Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda,” *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, vol. 2, no. 2, hlm. 102–110, 2023.
- [23] A. M. C. Refiyana dan E. A. Vefiadytria, “Uji Asumsi Klasik dalam Regresi Linier pada Perhitungan Menggunakan Laporan Keuangan di Sektor Telekomunikasi Bursa Efek Indonesia (BEI),” *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, vol. 1, no. 2, hlm. 107–118, 2024, doi: 10.62017/jimea.
- [24] S. Santosa, A. P. Syahada, dan R. T. Y. Yanto, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Pada Pospay Loket Kantor Pos Cabang Majalengka 45400,” *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, vol. 14, no. 2, hlm. 18–34, 2024.
- [25] R. J. Alamri, D. Soepeno, dan J. G. Poluan, “Pengaruh Delivery Accuracy Dan Cash On Delivery (Cod) Terhadap Customer Satisfaction Shopee Express Manado (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2020),” *Jurnal EMBA*, vol. 12, no. 4, hlm. 14–25, 2024.
- [26] K. W. Pradipta, Y. P. Desi, dan D. Khuntari, “Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi Pengaruh Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi Aplikasi Jogja Smart Services (JSS) Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Masyarakat Yogyakarta,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, vol. 8, no. 1, hlm. 45, 2024, doi: 10.20895/jimik.vol.