

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN DI J&T EXPRESS KM.8 ATAS TANJUNGPINANG

*(The Effect Of Service Quality And Punctuality On Customer Trust At J&T Express
Km.8 Atas Tanjungpinang)*

Husnul Khatimah ¹

Kamaruzaman ²

^{1,2} STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau

Email: Husnulkhatimahnul@gmail.com¹ kamaruzaman@stainkepri.ac.id^{2*}

<p>Received: 05 Agustus 2025</p> <p>Revised</p> <p>Accepted:</p> <p>Online available:</p> <p>Keywords: Service Quality, Punctuality, Customer Trust.</p> <p>*Correspondence: Name: Kamaruzaman E-mail: kamaruzaman@stainkepri.ac.id</p>	<p>Abstract</p> <p><i>This research is based on an increase in the number of customers and an increase in complaints related to service quality and delivery timeliness. This prompted the researcher to analyze the influence of service quality and punctuality on customer trust at J&T Express Km.8 over Tanjungpinang. The type of research used is quantitative research. The population is 97 respondents. The research sample used a non-probability sampling technique. Data collection was carried out by questionnaire method distributed to customers. The analysis technique uses multiple linear regression. Data that have qualified for analysis are processed using the help of the SPSS 25 program.</i></p> <p><i>The results of this study show that the variables of service quality and punctuality have a positive and significant effect on customer trust, so that the hypothesis can be accepted, as well as the results of the coefficient test obtained (R Square), 59.4% which means that the ability of independent validity is strong to explain dependent variables and the remaining 40.6% can be explained by other variables outside of the research variable.</i></p>
---	---

PENDAHULUAN

Bisnis di Indonesia begitu meningkat kemajuan dan teknologi di dunia cukup signifikan terutama dalam hal bagaimna mereka dapat memfasilitas interaksi pelanggan dan menyediakan sistem transaksi online yang ramah pengguna dan efektif (Dwi, 2016). Karena berkembang seiring dengan perkembangan teknologi dan zaman yang semakin canggih dan modern. Begitu pula dengan jasa pengiriman barang di Indonesia sekarang tinggi jasa pada bisnis yang bergerak ekspedisi pengiriman terjadi, hal ini yang menyebabkan proses pengiriman di bisnis ekspedisi menajadi semakin aktif (Tharob et al., 2017).

Kepopuleran terhadap belanja online di Masyarakat dalam beberapa tahun terakhir menjadi pendorong tumbuhnya sektor logistik di tanah air dengan ditandai adanya sebuah peningkatan penggunaan layanan jasa kirim.

Tabel 1. 1 Persentase Layanan Jasa Kirim Menurut Top Brands Indeks 2024

TAHUN	BRAND	BI	TOP
2024	J&T Express	50.90%	TOP
2024	JNE Express	11.50 %	TOP
2024	TIKI	10.20 %	TOP
2024	Pos Indonesia	9.40%	
2024	DHL	4.10%	

Sumber: Top Brand Award (www.topbrand-award.com)

Data menunjukkan bahwa J&T Express mendominasi pasar jasa kurir di Indonesia pada tahun 2024, dengan pangsa pasar 50,90%. J&T Express merupakan perusahaan jasa pengiriman di Indonesia menyediakan layanan pengiriman barang seluruh Indonesia dengan estimasi waktu yang dijanjikan.

Kepercayaan pelanggan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan bisnis, karena dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta memiliki pengaruh penting dan sangat mendasar, harapan pelanggan akan berdampak pada semakin tingginya kepercayaan pelanggan yang akan berpengaruh pada loyalitas pelanggan namun apabila Perusahaan tidak mamu memenuhi harapan pelanggan maka semakin rendahnya kepercayaan pelanggan akan berdampak pada loyalitas pelanggan (Purwaningsih et al., 2023).

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan. Layanan yang baik mencakup berbagai aspek seperti keramahan petugas, kemudahan proses pengiriman, serta kehandalan layanan. Namun tidak hanya kualitas pelayanan yang menjadi perhatian, ketepatan waktu pengiriman juga yang membangun kepercayaan pelanggan. Pelanggan mengharapkan paket yang mereka kirim atau terima tiba sesuai dengan jadwal yang dijanjikan karena hal ini berkaitan langsung dengan kebutuhan dan kepercayaan pelanggan mereka terhadap jasa pengiriman (Ramli, 2010).

Dalam kualitas pelayanan, seorang pelayanan harus betul-betul memperlakukan sebaik mungkin. Rasullulah memberikan contoh kepada kita bagaimana sikap yang benar Ketika berinteraksi dengan orang lain. Dalam surah Ali 'Imran 159:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنَّفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ
فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

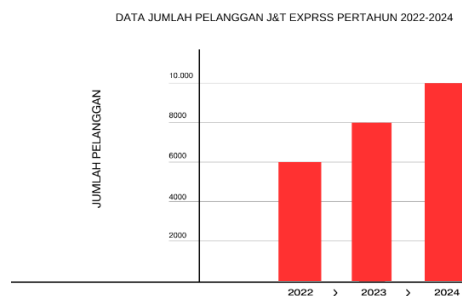
Artinya: "Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.."

Wahai rasul, sesungguhnya kemudahan dan kelapangan dada dalam berinteraksi dengan kaummu tidak lain disebabkan rahmat dari Allah yang ditanamkan dalam hatimu. Agar kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka dalam menyebarkan agama. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar atau buruk perangai, keras hati, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan agama dan dunia tentang segala yang tidak bertentangan dengan syariat atau yang belum diturunkan dalam wahyu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad setelah bermusyawarah, maka bertawakallah dengan menyerahkan semua urusan kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal dan menyerahkan urusannya kepada-Nya. Tawakkal adalah menyerahkan segala urusan kepada Allah (Susminingsih, 2020).

Ketepatan waktu sangat penting mengingat ketepatan waktu produk pesanan akan menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Ketepatan waktu hal yang sangat diutamakan bagi perusahaan karena akan menyangkut citra Perusahaan, ketepatan waktu yang sesuai dalam pengiriman barang merupakan pendekatan strategi pemasaran Perusahaan. Ketepatan waktu yang berkualitas, apabila ketepatan waktu yang diberikan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengguna jasa tersebut (Salam, 2017).

J&T Express Km.8 atas Tanjungpinang berlokasi strategis, memudahkan akses pelanggan dan menjangkau potensi pasar yang besar, sehingga volume pengiriman meningkat. Data menunjukkan pertumbuhan jumlah pelanggan yang signifikan dari tahun 2022 hingga 2024:

Gambar 1. 1 Data Jumlah Pelanggan Pertahun 2022-2024 J&T Express Km.8 Atas Tanjungpinang

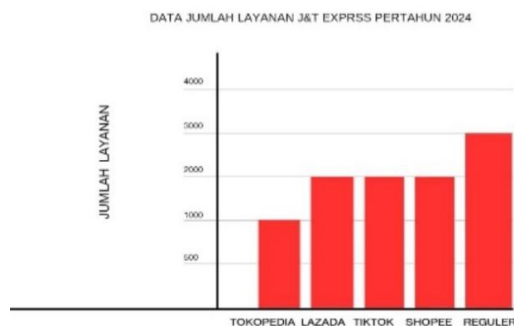


Sumber: J&T Express Km. 8 atas Tanjungpinang Pertahun 2022-2024

Pertumbuhan jumlah pelanggan J&T Express di KM. 8 atas Tanjungpinang dari tahun 2022 hingga 2024

menunjukkan peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap layanan Perusahaan. Untuk berbagai jenis pengiriman, termasuk pengiriman reguler, pengiriman dari platform e-commerce seperti Shopee, TikTok, Lazada, dan Tokopedia.

Gambar 1. 2 Data Jumlah Layanan Tahun 2024 J&T Express Km. 8 Atas Tanjungpinang



Sumber: J&T Express Km. 8 Atas Tanjungpinang Pengguna Tahun 2024

Total penggunaan layanan J&T Express di cabang ini mencapai 10.000 pengiriman sepanjang tahun 2024, mencakup pengiriman reguler dan e-commerce, menunjukkan potensi pertumbuhan yang besar. Namun, di balik pertumbuhan ini, terdapat peningkatan keluhan pelanggan terkait kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman, seperti keterlambatan paket dan pelayanan yang kurang optimal. Fenomena ini mengindikasikan adanya faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepercayaan pelanggan.

Gambar 1. 3 Keluhan penggunaan J&T Express Km.8 atas Tanjungpinang



Sumber : jet.co.id

Berdasarkan fenomena peningkatan jumlah pelanggan yang diiringi dengan keluhan terkait kualitas pelayanan dan ketepatan waktu, serta krusialnya kedua faktor tersebut dalam membangun kepercayaan pelanggan, maka

peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan di J&T Express KM.8 atas Tanjungpinang

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengambilan sampel menggunakan *probability sampling*. Jumlah sampel setelah dihitung menggunakan rumus slovin adalah 97 sampel. Menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan observasi, serta alat ukur yang digunakan adalah skala likert. Analisis data yang dilaksanakan ialah Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik dan Uji Regresi Linier Berganda dengan bantuan *SPSS versi 25 for windows* (Sugiyono, 2013).

Hasil dan Pembahasan

Analisis Statistik Deskriptif Data Penelitian

Hasil penelitian pengaruh kalitas pelayanan X1 dan ketepatan waktu X2 terhadap kepercayaan pelanggan (Y) dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	97	21,00	50,00	39,6186	6,04401
Valid N (listwise)	97				

Sumber : Hasil penelitian olah data SPSS (2025)

Tabel 2 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2	97	10,00	20,00	16,6598	2,17412
Valid N (listwise)	97				

Sumber : Hasil penelitian olah data SPSS (2025)

Tabel 3 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	97	15,00	30,00	25,2990	2,94804
Valid N (listwise)	97				

Sumber : Hasil penelitian olah data SPSS (2025)

Pada tabel diatas menjelaskan variabel Kualitas pelayanan dan ketepatan waktu terhadap Kepercayaan pelanggan , adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 97 orang. Pada variabel Kualitas pelayanan nilai minimum adalah 21,00 sedangkan nilai maksimum adalah 50,00 nilai rata-rata (*mean*) adalah 39,6186, dan simpangan baku (*Sdt.Deviation*) adalah sebesar 6,04401. Hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata kualitas pelayanan lebih besar dari nilai standar deviasi, sehingga mengindikasikan hasil yang cukup baik.
2. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 97 orang. Pada variabel Kualitas pelayanan nilai minimum adalah 10,00 sedangkan nilai maksimum adalah 20,00 nilai rata-rata (*mean*) adalah 16,6598, dan simpangan baku (*Sdt.Deviation*) adalah sebesar 2,17412. Hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata Ketepatan waktu lebih besar dari nilai standar deviasi, sehingga mengindikasikan hasil yang cukup baik.
3. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 97 orang. Pada variabel kepercayaan pelanggan (Y), nilai minimum adalah 15,00 sedangkan nilai maksimum adalah 30,00 nilai rata-rata (*mean*) adalah 25,2990 dan simpangan baku (*Sdt.Deviation*) adalah sebesar 2,94804. Hal ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata kepercayaan pelanggan lebih besar dari nilai standar deviasi, sehingga mengindikasikan hasil yang cukup baik.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepercayaan Pelanggan Di J&T Express Km.8 Atas Tanjungpinang

Tabel 4 Hasil pengujian uji instrumen validitas X1

Indikator	Pertanyaan	Rhitung	rtabel	Keterangan
Kehandalan	x1	0,689	0,202	Valid
	x2	0,734	0,202	Valid
Bukti Fisik	x3	0,773	0,202	Valid
	x4	0,682	0,202	Valid
Respon	x5	0,726	0,202	Valid
	x6	0,639	0,202	Valid
Jaminan	x7	0,756	0,202	Valid
	x8	0,754	0,202	Valid
Empati	x9	0,683	0,202	Valid
	x10	0,593	0,202	Valid

Tabel 5 Hasil pengujian uji instrumen validitas X2

Indikator	Pertanyaan	Rhitung	rtabel	Keterangan
Tepat Waktu	x1	0,719	0,202	Valid
	x2	0,768	0,202	Valid
Estimasi Barang	x3	0,753	0,202	Valid
	x4	0,755	0,202	Valid

Tabel 6 Hasil pengujian uji instrumen validitas Y

Indikator	Pertanyaan	Rhitung	rtabel	Keterangan
Kemampuan	y1	0,681	0,202	Valid
	y2	0,724	0,202	Valid
Kebaikan	y3	0,748	0,202	Valid
	y4	0,795	0,202	Valid
Integritas	y5	0,762	0,202	Valid
	y6	0,757	0,202	Valid

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner mendapatkan hasil r hitung > 0,202 maka pernyataan tersebut valid.

Tabel 7 Hasil pengujian uji instrumen reabilitas

No	Varibel	Cronbach Alpha	><	Standar Reabilitas	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0,886	>	0,6	Reliabel
2	Ketepatan Waktu	0,731	>	0,6	Reliabel
3	Kepercayaan Pelanggan	0,831	>	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 8 Hasil pengujian analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,776 ^a	,603	,594	1,35669

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,776. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,603 maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan dan ketepatan waktu terhadap variabel terikat kepercayaan pelanggan adalah sebesar 59,4% sedangkan sisanya sebesar 40,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk ke dalam analisis regresi ini.

Tabel 9 Hasil pengujian analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	11,630	2,103		5,531	,000
	Kualitas Pelayanan	,098	,048	,201	2,046	,044
	Ketepatan Waktu	,587	,133	,433	4,400	,000

Berdasarkan tabel 1.20 diatas persamaan regresi linier berganda dapat ditulis sebagai berikut: $Y = 11,630 + 0,098 + 0,587$

Maka persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai α sebesar 11,630 yang artinya bahwa nilai konsisten variabel Kepercayaan Pelanggan adalah sebesar 11,630.
2. b_1 (nilai koefisien regresi X_1) sebesar 0,098, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Kepercayaan Pelanggan yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel Kualitas Pelayanan maka akan mempengaruhi Kepercayaan Pelanggan sebesar 0,098, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti pada penelitian ini.
3. b_2 (nilai koefisien regresi X_2) sebesar 0,587, menunjukkan bahwa variabel ketepatan waktu mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepercayaan pelanggan yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel ketepatan waktu maka akan mempengaruhi kepercayaan pelanggan sebesar 0,578, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti pada penelitian ini.

Hipotesis:

- 1) Kualitas Pelayanan (X_1)

H_1 = Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan di J&T Express Km.8 Atas Tanjungpinang.

Available online at <https://ejournal.stainkepri.ac.id/index.php/emasha/issue/view/19>

H_0 = Diduga Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan di J&T Express Km.8 Atas Tanjungpinang.

2) Ketepatan Waktu (X_2)

H_1 = Diduga ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan di J&T Express Km.8 Atas Tanjungpinang.

H_0 = Diduga ketepatan waktu tidak berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan di J&T Express Km.8 Atas Tanjungpinang.

3) Kepercayaan Pelanggan (Y)

H_1 = Diduga kualitas pelayanan, ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan di J&T Express Km.8 Atas Tanjungpinang.

H_0 = Diduga kualitas pelayanan, ketepatan waktu tidak berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan di J&T Express Km.8 Atas Tanjungpinang.

Dapat diketahui bahwa nilai signifikansi signifikansi Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap kepercayaan pelanggan (Y) adalah $0,044 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,046 > 1,985$ maka H_{01} ditolak dan H_1 diterima. *ketepatan waktu* (X_2) terhadap kepercayaan pelanggan adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,727 > 1,985$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan

Tabel 9 Hasil pengujian analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	262,373	2	131,186	21,560	,000 ^b
Residual	571,957	94	6,085		
Total	834,330	96			

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai $F_{hitung} = 21,560$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan ada pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Ketepatan Waktu (X_2) terhadap Kepercayaan Pelanggan (Y).

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan.
2. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap ketepatan waktu menunjukkan variabel ketepatan waktu (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan.
3. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap kualitas pelayanan dan ketepatan waktu menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), dan ketepatan waktu (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepercayaan pelanggan (Y).

Ucapan Terimakasih

Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penulisan artikel ini. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat yang bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi sumber inspirasi bagi para pembaca.

Referensi

- Alan Budi Kusuma, Dadang Masuku, Nurzalinar Joesah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi* Volume 1, (2024). <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i1.19>.
- Alfadila, Annisa. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Pengiriman, Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express." Universitas PGRI Semarang, 2022.
- Dwi, R. (2016). *Kreatifitas dan Inovasi Wirausaha Terhadap Kualitas Produk Big Art Project Palembang*. 2(2), 1-23.
- Laylan Syafina, S.E., M.Si. *Metode Penelitian Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. Medan: FEBI UIN-SU Press, 2019.
- Melisari, Eka Farida, and Restu Millaningtyas. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Kepercayaan Layanan J&T Express Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Marketplace (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma)." *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen* 1, no. 5 (2022)

Purwaningsih, D., Karlina, E., & Tukiran, M. (2023). Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha

Mahasiswa. *Research and Development Journal of Education*, 9(2), 1194.

<https://doi.org/10.30998/rdje.v9i2.20789>

Ramli, Y. H. (2010). Analisis Sistem Penjualan dan Usulan Penambahan Sistem Penjualan Mobile Delivery

Online (Studi Kasus di Papa Rons Pizza Abdul Rivai Bandung). *Undergraduate Thesis, UKM Bandung*.

Salam, M. (2017). Asas-Asas Perjanjian Dalam Hukum Perjanjian Islam. *Asy-Syari'ah*, III(II), 1-14.

Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (19th ed.). Penerbit Alfabeta.

Susminingsih. (2020). Etika Bisnis Islam. In *PT. Nasya Expanding Management*.

Tharob, G. F., Mingkid, E., & Papatungan, R. (2017). Analisis Hambatan Bisnis Online Bagi Mahasiswa Unsrat

Analysis of Business Barriers Online for Unsrat Students. *Acta Diurna*, VI VI(2).