

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDOMARCO ADI PRIMA SOLO**

**Nanang Mustofa<sup>1)</sup>, Giarti Slamet<sup>2)</sup>**

<sup>1)2)</sup>*Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*

*Email: [nanang.mustofa@hotmail.com](mailto:nanang.mustofa@hotmail.com)<sup>1)</sup>, Email: [giarti\\_yusri@yahoo.com](mailto:giarti_yusri@yahoo.com)<sup>2)</sup>*

### **Abstract**

*This study aims to determine the effect of service quality, and on-time delivery on customer satisfaction. This research is quantitative research. The sampling technique used is simple random sampling. The population of Solo people, especially in Laweyan, Serengan, Jebres sub-districts who transact with PT Indomarco Adi Prima Solo, where 100 respondents were sampled. The data analysis technique used The analysis technique used is the research instrument test, multiple linear regression, t test, F test, and the coefficient of determination. The results of the analysis of the effect of service quality on customer satisfaction obtained a positive and significant value. the effect of timeliness of delivery also obtained positive results on customer satisfaction. These things show that service quality, and timeliness of delivery are significant and can increase customer satisfaction at Indomarco Adi Prima Solo.*

**Keywords: service quality, on time delivery, customer satisfaction**

### **PENDAHULUAN**

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran/penjualan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan di era kompetisi bisnis yang sangat ketat ini. Pentingnya kepuasan pelanggan bagi perusahaan tidak bisa diragukan lagi, sudah pasti perusahaan yang ingin berkembang sangat berharap dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka panjang, bahkan jika mungkin untuk selamanya, terlebih peran pelanggan bagi perusahaan sangat krusial untuk terus berjalannya bisnis yang berkelanjutan. Perusahaan yang mampu mengembangkan dan mempertahankan kepuasan konsumen akan memperoleh kesuksesan jangka panjang (Kotler, 2012).

Dalam upaya memangkan hati konsumen, perusahaan dihadapkan dengan banyak kompetitor yang beredar di masyarakat, perusahaan berupaya untuk dapat mengetahui dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cepat dan tepat. Banyaknya kompetitor yang ada di lapangan harusnya diperhatikan dengan jeli untuk terus menerus berinovasi dan memberikan *service* lebih baik dari kompetitor untuk tetap terjalin hubungan yang baik dengan pelanggan yang akhirnya akan memberikan profit yang besar bagi perusahaan. Terciptanya kepuasan pelanggan disebabkan karena pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diberikan dengan baik. Pelaku bisnis memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya, agar pelanggannya masih tetap setia dan loyal terhadap produk yang ditawarkan atau yang telah digunakan pelanggan selama ini. Pelanggan akan merasa puas jika segala kebutuhannya dilayani dengan baik, dengan kepuasan pelanggan akan memberikan pengaruh kepada produk yang ditawarkan dan berdampak positif bagi pertumbuhan perusahaan. Perusahaan mempertahankan pelanggan jauh lebih mudah dari pada mencari pelanggan baru. Pelanggan baru didapatkan dengan biaya lima kali lipat dari pada mempertahankan satu orang yang sudah menjadi pelanggan (Ratnasari, 2011). Saat ini perusahaan harus mulai fokus pada penyampaian nilai (*value*) dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan berarti pelanggan kembali dan kembali lagi untuk melakukan transaksi bisnis (pembelian), walaupun mungkin produk yang dimiliki perusahaan bukan produk terbaik di pasaran atau memiliki harga terendah. Perilaku pelanggan yang cukup “tidak rasional” ini dapat dijelaskan dengan

suatu pandangan bahwa “hubungan baik” (good relationship) yang terjalin dengan pelanggan merupakan kunci keberhasilan sebuah perusahaan dalam mempertahankan pelanggan.

Fenomena yang ada penjualan PT Indomarco Adi Prima pada Bulan Januari- April 2023 mengalami naik turun, seperti tabel dibawah ini:

**Tabel 1**  
**Penjualan dan Target Penjualan PT Indomarco Adi Prima pada**  
**Bulan Januari- April 2023**

No	Bulan	Target Penjualan (ctn)	Penjualan (ctn)	Presentase (%)
1	Januari	230.000	221.112	96,13
2	Februari	275.000	260.587	94,75
3	Maret	300.000	312.542	104,180
4	April	350.000	372.235	106,35
<b>Grand Total</b>		<b>1.115.000</b>	<b>1.166.476</b>	<b>104,61</b>

**Sumber: PT Indomarco Adi Prima, 2023**

Berdasarkan tabel 1 penjualan dan target penjualan pt indomarco adi prima pada bulan Bulan Januari sampai April 2023, mengalami naik turun, menunjukkan kepuasan pelanggan naik turun, sehingga perlunya peningkatan kualitas pelayanan dan Ketepatan waktu pengiriman (*On time Delivery*). Dengan lingkungan kompetisi yang sangat ketat, pelanggan memiliki peluang yang sangat luas untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Sebuah perusahaan harus menyediakan produk yang mutunya lebih baik (*better in quality*), harganya lebih murah (*cheaper in price*), pengiriman dan informasi yang lebih cepat (*faster delivery*) dan pelayanan yang lebih baik (*better in service*) dibandingkan dengan pesaingnya. Semakin berkembangnya e-business, maka memaksa perusahaan menggunakan solusi dan aplikasi yang tepat untuk dapat mempertahankan atau meningkatkan pendapatan sehingga kepentingan pelangganpun menjadi perhatian utama. Oleh sebab itu, berbagai upaya dilakukan agar hubungan pelanggan dengan perusahaan berjalan dengan baik.

PT Indomarco Adi Prima merupakan unit bisnis dari PT Indofood Sukses Makmur Tbk yang bergerak di bidang *consumer goods distributor*. PT Indomarco Adi Prima mendistribusikan mayoritas dari produk Indofood dan juga mendistribusikan Consumer goods lainnya yang bukan berasal dari Indofood ke beberapa area di Indonesia, ke pasar modern (*Modern Market*), pasar tradisional (*Wet Market*), retail pinggir jalan, hingga sampai pelosok daerah. PT Indomarco Adi Prima mendistribusikan produk food dan nonfood seperti mie instan, susu kental manis, minyak goreng, bumbu instan, baby food, deterjen, margarin dan lain sebagainya. PT Indomarco Adi Prima berpusat di Jakarta yang mempunyai beberapa cabang di wilayah Indonesia diantaranya Jakarta, Medan, Surabaya, Bogor, Bandung, Palembang, Yogyakarta, dan sebagainya yang setiap cabang masing-masing mempunyai area di setiap kota, bahkan tingkat kecamatan. Karena itulah, PT Indomarco Adi Prima merupakan distributor resmi Indofood nasional yang ada di Indonesia.

Pada perusahaan distributor *consumer goods*, kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman menjadi variabel penting untuk tetap bertahan dan berkembangnya perusahaan dalam jangka panjang mengingat banyaknya kompetitor/distributor dengan produk yang sama di masyarakat yang memungkinkan memiliki pelayanan yang lebih baik, selain itu untuk mencapai kepuasan pelanggan, hal-hal tersebut harus tetap dilakukan terus menerus dan berkesinambungan. Kepuasan pelanggan merupakan persepsi pelayanan atas kinerja produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan memberikan manfaat lebih lagi kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan terhadap jasa yang memiliki pelayanan berkualitas akan memunculkan rasa kepercayaan konsumen kepada perusahaan. Kepercayaan atau trust didefinisikan sebagai persepsi akan keterhandalan atau dapat diandalkan dari sudut pandang pelanggan, didasarkan pada pengalaman jam terbang perusahaan, kualitas pelayanan, serta mutu produk yang diberikan dan dicirikan oleh terpenuhinya harapan kinerja pelayanan dan mendapatkan kepercayaan konsumen.

Ketepatan waktu pengiriman (*On time Delivery*) adalah jangka waktu pelanggan memesan produk dari perusahaan hingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan delivery yang dimiliki perusahaan baik atau

tidak, Menurut Handoko, 2010, ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang sangat penting karena mengingat pengiriman produk yang telah dipesan pelanggan akan menjadi salah satu faktor yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Waktu pengiriman merupakan jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba di pelanggan, menurut Kotler & Keller, 2013.

Dalam proses usahanya, Indomarco Adi Prima memiliki ekspedisi sendiri untuk mengantar produk yang dipesan oleh pelanggannya, dan menjadi satu kesatuan dalam struktur organisasi di masing-masing Stock Point yang disebut tim delivery, tim delivery ini terdiri dari sopir dan helper yang bertugas untuk mengirim produk-produk Indomarco Adi Prima ke pelanggan yang sebelumnya dipesan oleh tim sales yang mengunjungi pelanggan.

Dalam tugasnya, tim delivery ini juga ditarget dari perusahaan, secara SOP perusahaan tim delivery mengirim barang-barang pesanan ke pelanggan maksimal H+1 dari tanggal order, jika melebihi dari target yang sudah ditentukan akan ada indikator dari sistem perusahaan bahwa On Time Delivery tim tersebut tidak bagus dan tidak bisa mendapatkan insentif tambahan dari perusahaan.

Dalam menjalankan usaha dagang dan jasa pelayanan ke pelanggan dan ketepatan waktu pengiriman sangat penting untuk diaplikasikan dalam sistem perusahaan, terlebih PT. Indomarco Adi Prima mempunyai misi untuk terus berkembang serta melakukan ekspansi usaha ke dalam dan luar negeri guna memperoleh profit yang tinggi serta terus meningkatkan kualitas perusahaan untuk tetap bertahan dan bersaing di dunia bisnis nasional dan internasional. Bagaimanapun dua hal tersebut sangat mempengaruhi sikap pelanggan terhadap perusahaan untuk terus menjalin hubungan baik dan saling menguntungkan, dan kepuasan pelanggan akan memberikan dampak positif bagi perusahaan dan juga pelanggan tersebut dalam menjalankan usahanya masing-masing untuk mencapai kesejahteraan dan kemakmuran. Berdasarkan data dan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan Indomarco Adi Prima Solo”*

Berdasarkan latar belakang penelitian yang diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan dikaji dan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas pelayanan pada Kepuasan Pelanggan PT. Indomarco Adi Prima?
2. Bagaimana Pengaruh Ketepatan Pengiriman pada Kepuasan Pelanggan PT. Indomarco Adi Prima?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indomarco Adi Prima?

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indomarco Adi Prima
2. Untuk mengetahui pengaruh Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indomarco Adi Prima
3. Untuk Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indomarco Adi Prima

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Handoko, (2017: 64) kualitas pelayanan merupakan bisnis yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Kualitas pelayanan yang diperuntukkan pada pelanggan atau pengguna jasa juga bernilai manfaat teruntuk perusahaan penghasil jasa dikarenakan keberadaan pelanggan atau pengguna jasa ialah aset perusahaan sebab pengguna jasa telah membayar jasa yang dijual oleh perusahaan tersebut.

Menurut Jacklin dan Mandey (2019: 433) yang dimaksud kualitas pelayanan ialah tingkatan pelayanan perusahaan yang mana bisa mencukupi harapan *customers*. Kualitas pelayanan tersebut juga dapat disimpulkan sebagai segala yang berkaitan dengan pelayanan baik itu positif maupun negatif.

Menurut Syaifullah (2018: 87) Kualitas pelayanan merupakan ekspektasi dari tingkat keunggulan dan penguasaan tingkat keunggulan yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Sementara itu Khairani, (2019: 130) ciri keseluruhan produk atau layanan memengaruhi kecapannya guna memenuhi kebutuhan pelanggan yang sudah mapan dan implisit.

Kualitas pelayanan berdasarkan Dharma 2017: 351) dengan kata lain, bagi penyedia layanan, hal ini harus dilakukan. Kualitas pelayanan juga sangat membantu dalam menciptakan diferensiasi, *positioning* dan strategi bersaing kompetitif dalam organisasi pemasaran manapun.

### **Indikator kualitas pelayanan**

Indikator kualitas pelayanan penelitian ini berdasarkan pada sudut pandangan Handoko, (2017: 64) ialah sebagai berikut:

- 1) *Tangibles* (bukti fisik) yakni kemahiran perusahaan guna menampilkan keberadaan pada pihak eksternal.
- 2) *Reability* (subjek) yakni keterampilan perusahaan saat memerikan layanan yang akurat dan terpercaya.
- 3) *Responsiveness* (tanggung jawab) yakni kesediaan untuk membantu pengguna jasa dengan memerikan informasi jelas serta pelayanan yang cepat/tanggap dan tepat.
- 4) *Assurance* (jaminan dan kepastian) yakni pemahaman, kesopanan dan kemampuan karyawan perusahaan guna melahirkan kepercayaan dari pemakai jasa perusahaan, termasuk komunikasi, reputasi, keselamatan dan kemampuan.
- 5) *Empathy* (empati) yakni memerikan kepedulian yang nyata pada pengguna layanan dengan sebisa mungkin mengerti akan kebutuhan mereka.

### **Ketepatan Waktu Pengiriman**

Menurut Aminah, (2017: 50) ketepatan waktu merupakan “Kemampuan pemasok untuk mengirimkan tepat waktu dalam *batch* minim. Lalu mulai pengevaluasian berdasarkan jarak antara pemasok dan perusahaan, kapasitas produksi mereka serta kemahiran historis pekerja untuk mengirimkan tepat waktu”. Kemudian menurut Sakti dan Mahfudz (2018: 3) ketepatan waktu sangat penting, mengingat ketepatan pengirim produk pesanan akan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut Yuniati, (2018: 2) ketepatan waktu digunakan sebagai standar yang telah ditentukan, dan kendaraan datang, pergi atau lewat pada tempat dan waktu yang telah ditentukan. Ketepatan waktu juga merupakan faktor penting dalam memberikan informasi yang relevan.

Menurut Hafizha, (2019: 2) tandaskan bahwa ketepatan waktu yakni saat pelanggan berbelanja produk hingga produk itu sampai ke pelanggan. Ketepatan waktu dalam pengiriman bisa untuk memenuhi permintaan pelanggan adalah satu-satunya variabel yang berguna dalam menaikan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan tersebut sehingga konsumen akan merasakan keinginan dan harapannya untuk menggunakan jasa tersebut terpenuhi, maka akan timbul rasa kepuasan oleh pelanggan tersebut.

### Indikator Ketepatan Waktu

Indikator ketepatan waktu menurut Juniariska (2020: 148) ialah:

- 1) Ketepatan waktu kedatangan barang yang telah dikirim sesuai jadwal yang telah ditentukan.
- 2) Ketepatan waktu pengiriman barang yang akan dikirim.

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan ialah evaluasi dari pilihan yang setidaknya melebihi harapan pelanggan. Dengan situasi perusahaan menyediakan produk yang dirancang untuk memenuhi harapan pelanggan (Sakti dan Mahfudz, 2018: 3). Berdasarkan Rasyid, (2017: 211) kepuasan pelanggan yakni sebuah kesenangan yang mana pelanggan bisa memuaskan kebutuhan atau keinginannya, meskipun membutuhkan usaha atau pengorbanan untuk mendapatkan kepuasan.

Menurut Saputra dan Mulyantini (2019: 5) kepuasan pelanggan mengacu pada bagaimana anggapan konsumen sehabis memadankan kinerja yang dirasakan. Jadi dapat dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan yakni perbedaan antara situasi yang diidamkan dan situasi yang diberikan.

Menurut Hafizha (2019: 2) kepuasan pelanggan merupakan perasaan bahwa perbandingan kinerja produk atau hasil dari diharapkan mengakibatkan seseorang merasa puas atau kecewa. Kepuasan adalah tingkat persepsi di mana orang menyatakan kinerja produk atau layanan yang diterima dibandingkan dengan hasil yang diharapkan.

Menurut Meftahudin (2018: 283) kepuasan pelanggan yakni keutuhan sikap yang ditampilkan konsumen sehabis mereka memperoleh dan memakai barang dan jasa, sehingga orang berkenan dengan produk/jasa utama dan pada saat yang sama memadankan hasilnya dengan tingkat rata-rata yang diharapkan.

### Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini didasarkan pada sudut pandang Panjaitan dan Yuliati (2016: 271) yaitu:

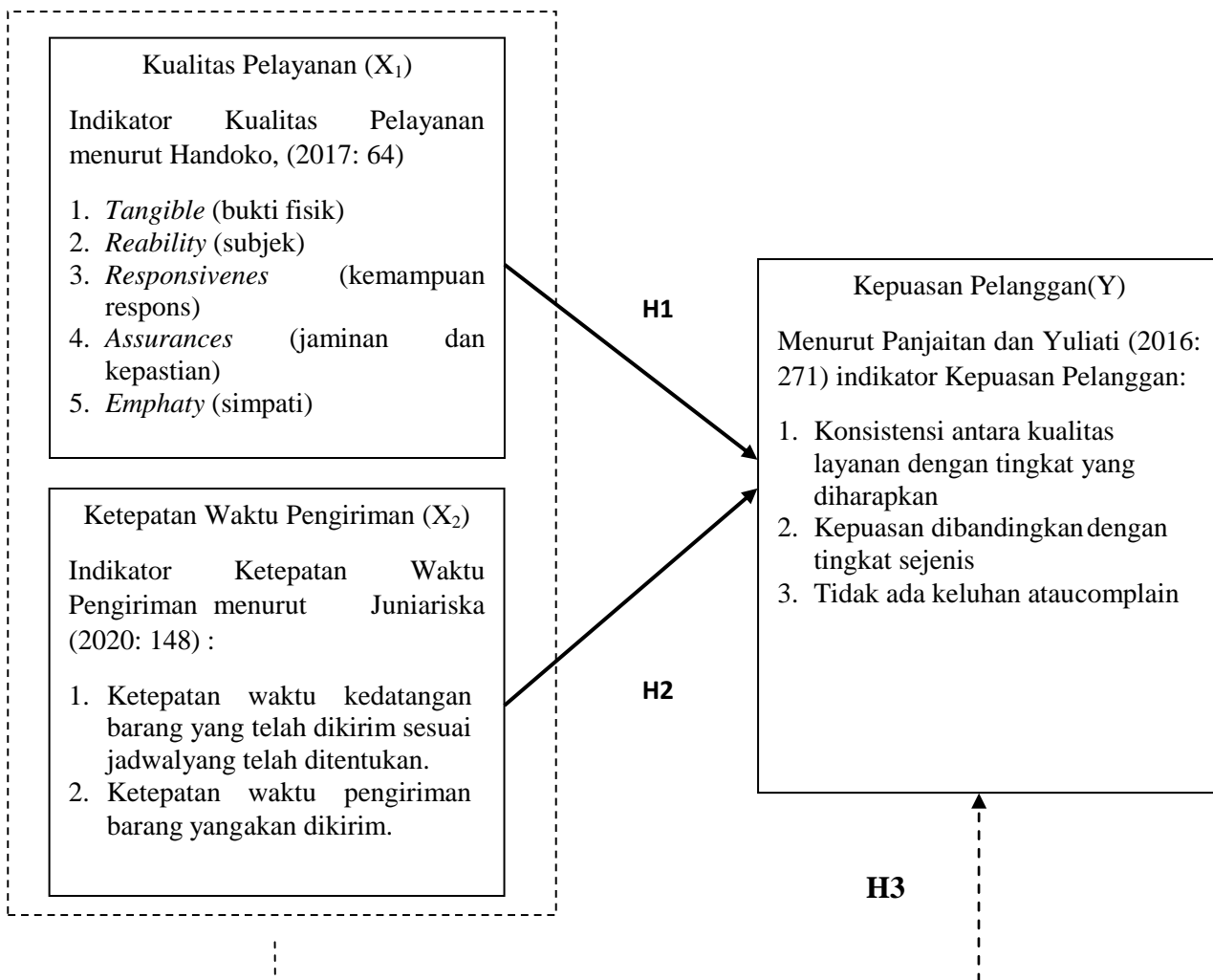
- 1) Konsistensi kualitas pelayanan dan tingkat harapan.
- 2) Kepuasan bila dipadankan dengan yang serupa.
- 3) Tidak terlahir keluhan.

### Penelitian Pendahuluan

No	Nama / Tahun dan Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	(Hafizha,2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan,Ketepatan Waktu, Tarif Dan Fasilitas Transportasi Terhadap KepuasanPelanggan J&T Express.	Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, TarifTransportasi	Kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tariff dan fasilitas secara bersama menghasilkan kepuasan pelanggan pengaruh positif dan signifikan.
2.	(Saputra dan Mulyantini, 2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan, (Produk Paket Pos Ekspres) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pos Bandung 40000.	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen produk pos ekpress PT. Pos Indonesia (Persero).
3.	(Aminah, Rafani danHariyani, 2017) menganalisisPengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Produk Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.	Ketepatan Waktu Pengiriman, Kepercayaan Pelanggan	Pengiriman barang yang tepat waktu dan kepercayaanpelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE Pangkal Pinang.

4.	(Sakti dan Mahfudz, 2018) menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengirim Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan.	Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengirim, Fasilitas	Kualitas layanan, pengiriman tepat waktu dan fasilitas keamanan J&T Express Di Semarang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5.	(Asyraf Afthanorhan, 2019) <i>The effect of Service Quality on Customer Satisfaction in Three Campus of UniSZA</i>	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Tiga Kampus UniSZA.
6.	(Bagus Handoko, 2017) Pengaruh Promosi Penjualan, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Pada JNE Medan Express.	Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan	Promosi, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Maxim Houseware Medan Indonesia.

**Kerangka Pemikiran**



### Hipotesis

Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H1 : Diduga ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Indomarco Adi Prima Solo
- H2 : Diduga ada pengaruh yang signifikan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan PT. Indomarco Adi Prima Solo
- H3 : Diduga ada pengaruh yang signifikan dan simultan kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan PT. Indomarco Adi Prima Solo

### METODE PENELITIAN

Siasat yang disiapkan peneliti guna memperoleh data, lalu dipergunakan guna meneliti hipotesis disebut juga desain penelitian (Mumtaz (2017: 26)). Desain penelitian juga dapat disebut rancangan penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan secara *causal komperatif* yang mana penelitian dengan kekhususan masalah berkenaan keterkaitan antara variabel bebas serta variabel terikat guna memahami bagaimana kualitas layanan, pengiriman tepat waktu dan dapat memaksimalkan kepuasan pelanggan. pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner.

Sugiyono (2019:135) mengemukakan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisoner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung. Datanya berupa daftar pertanyaan yang terperinci dan lengkap dalam satuan daftar pertanyaan agar responden mengisi atau menjawab sendiri pertanyaan itu.

### Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini ialah masyarakat Solo khususnya di kecamatan Laweyan, Serengan, Jebres yang bertransaksi dengan PT. Indomarco Adi Prima Solo. Pada penelitian ini karena populasi yang diamati jumlahnya tidak terbatas dan supaya menghasilkan data yang valid maka populasi yang digunakan sebagai sampel menurut Persamaan Limeshow. Dengan demikian populasi yang diambil sebagai obyek kajian yang diteliti dan yang diperlakukan juga sebagai sampel. pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus Limeshow tingkat kepercayaan 95% yaitu :

$$n_o = \frac{Z^2 \times p (1-p)}{d^2}$$

Maka sampel dari penelitian ini adalah

$$\begin{aligned} n_o &= \frac{1,96^2 \times 0,5 (1- 0,5)}{0,10} \\ &= \frac{3,8416 \times 0,5 (0,5)}{0,10} \\ &= \frac{3,8416 \times 0,25}{0,10} \\ &= \frac{0,9604}{0,10} \\ &= 96,4 \end{aligned}$$

Dibulatkan menjadi 100 responden

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Instrumen Penelitian**

Uji validitas digunakan untuk menguji kuesioner sebagai instrument(alat) dalam penelitian apakah valid/ tepat untuk mengambil data. Uji validitas menggunakan *pearson correlation product moment/ pearson correlation*.

Hasil analisis diperoleh nilai F hitung sebesar 47.038 dengan *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka diperoleh Kualitas pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan . Hal ini selaras dengan teori yang digunakan yaitu manajemen pemasaran dapat mempengaruhi perilaku seseorang seperti meningkatkan Kepuasan Pelanggan yaitu Kualitas pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indomarco Adi Prima, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang ke tiga “Diduga Kualitas pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indomarco Adi Prima Solo” terbukti kebenarannya.

**Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	928.063	3	309.354	47.038	.000 <sup>b</sup>
	Residual	506.406	93	5.445		
	Total	1434.469	96			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1,X2,X3

Hasil analisis diperoleh nilai F hitung sebesar 47.038 dengan *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan variabel bebas yaitu variabel Kualitas Pelayanan( $X_1$ ), Ketepatan Waktu Pengiriman ( $X_2$ ), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dapat ditarik kesimpulan model regresi linear berganda yang digunakan sudah tepat (fit).

**Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25,117	6,806		3,691	,000
	Kualitas Pelayanan( $X_1$ )	,159	,150	,127	1,060	,013
	Ketepatan Waktu Pengiriman ( $X_2$ )	,265	,106	,299	2,501	,010

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

**Kesimpulan**

Uji pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan seperti tabel IV.16, diperoleh nilai t hitung sebesar 1,060 dengan nilai  $(0,013) < 0,05$  yang berarti Kualitas Pelayananberpengaruh signifikan positif untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan



Uji pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan seperti pada tabel IV.9 diperoleh nilai t hitung sebesar 2,501 dengan nilai  $(0,010) < 0,05$  yang artinya Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh signifikan positif untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan .

**Koefisien Determinasi**

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besar sumbangan atau pengaruh yang diberikan variabel Kualitas Pelayanan( $X_1$ ), Ketepatan Waktu Pengiriman ( $X_2$ ), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Adapun hasil analisis uji koefisien determinasi sebagai berikut:

Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
,987 <sup>a</sup>	,933	,903	2,57321

- a. Predictors: (Constant),  $X_1, X_2$
- b. Dependent Variable: Y

Hasil perhitungan diperoleh nilai *Adjusted R<sup>2</sup> Square* = 0,903 diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas yaitu variabel Kualitas Pelayanan( $X_1$ ), Ketepatan Waktu Pengiriman ( $X_2$ ), dan Kepuasan Pelanggan (Y). mempunyai pengaruh yang nyata sebesar 90,3% sedangkan sisanya  $(100\% - 90,3\%) = 9,7\%$  dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.

**Pembahasan**

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang digunakan yaitu teori manajemen pemasaran dimana dapat mempengaruhi sikap, perilaku, dan kepuasan pelanggan agar mampu melakukan pembelian seperti halnya adanya Kualitas pelayanan. Hasil penelitian ini didukung Da Attamimi, Hufron, Dan Rahman,2020 yang menghasilkan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan .

“Diduga Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indomarco Adi Prima.”, diterima atau terbukti kebenarannya.

Teori manajemen pemasaran dimana dapat mempengaruhi sikap, perilaku, dan kepuasan pelanggan agar mampu melakukan pembelian seperti halnya adanya Ketepatan Waktu Pengiriman. Hasil penelitian ini didukung Harna, Adiando,2018 yang menghasilkan Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis diperoleh nilai F hitung sebesar 47.038 dengan *p-value* sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka diperoleh Kualitas pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan . Hal ini selaras dengan teori yang digunakan yaitu manajemen pemasaran dapat mempengaruhi perilaku seseorang seperti meningkatkan Kepuasan Pelanggan yaitu Kualitas pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indomarco Adi Prima, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang ke tiga “Diduga Kualitas pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indomarco Adi Prima Solo” terbukti kebenarannya.

**KESIMPULAN**

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indomarco Adi Prima Solo,
2. Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indomarco Adi Prima Solo,
3. Kualitas pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indomarco Adi Prima Solo

## SARAN

1. Bagi PT. Indomarco Adi Prima Solo untuk meningkatkn penjualan maka perlu adanya peningkatan Kualitas pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Tim operasional sales yang bersinggungan langsung dengan pelanggan di lapangan agar tetap menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga hubungan baik dengan pelanggan agar penjualan Indomarco Adi Prima Solo terus meningkat dan pelanggan mendapatkan kepuasan.
2. Tim Delivery yang bertugas mengirim barang kepada pelanggan agar terus menjaga dan meningkatkan kinerjanya supaya target pengiriman bisa sesuai SOP, tidak ada pending pengiriman sehingga kepercayaan pelanggan Indomarco Adi Prima Solo tetap terjaga yang berdampak pada omset penjualan yang terus meningkat serta kemajuan perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aksa, M. H., & Ratnasari, R. T. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Dewantoro, D., Aryani, L., & Marzuki, F. (2020, November). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne*. In Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar) (Vol. 1, pp. 278-293).
- Dharma, Robby. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Padang Tour Wisata Pulau Padang*. Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi. Vol. 6, No. 2.
- Hafizha, S., & 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).
- Handoko, B. (2017). *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 18(1), 61-72.
- Handoko, B. (2017). *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 18(1), 61-72.
- Jacklin, M. P. R., Mandey, S., & Tampenawas, J. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departmen Store Mega Mall Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 7(1).
- Juniariska, S., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS INDONESIA (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. POS INDONESIA Cabang Gempol)*. E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 9(12).
- Khairani, R., Siregar, C. A., Hutabalian, R. H., & Karolina, I. I. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Matahari Putera Prima (Hypermart)*. Jurnal Manajemen, 5(2), 129-136.
- Kotler, Philip. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali
- listiyani Aryani, & Marzuki, F. (2020, November). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne*. In Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar) (Vol. 1, pp. 278-293).

- Meftahudin, M. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Kantin Unsiq Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unsiq)*. Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ, (3), 281-288
- Mumtaz, Fairuzul.(2017). *Kupas Tuntas Metode Penelitian*. (A. Jarot, Ed.). Pustaka Diantara. Nasikun. 2016. S
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]*. DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen, 11(2), 265-289.
- 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.
- 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.
- Saputra, S., & Mulyantini, I. C. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Produk Paket Pos Ekspres) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pos Bandung 40000*. Pro Mark, 9(1).
- Soebakir, B. D., Lumanauw, B., & Roring, F. (2018). *Pengaruh brand, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan membeli di kedai kopi gudang imaji Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(4).
- Sofiyan, R. (2018). *Lingkungan kerja dan kepuasan kerja berpengaruh terhadap kualitas pelayanan*. Journal of Management Review, 2(1), 172-182.
- Sudaryana, Y. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang*. Journal of Management Review, 4(1), 447-455.
- Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta
- Syaifullah, S., & Mira, M. (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Pegadaian (Persero) Batam*. JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam), 6(2), 86-91.
- Tiza, M. F., & Susanti, F. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, Studi kasus pada perusahaan JNE Cabang Padang*.
- Yuniarti, R. (2018). *Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Reputasi KAP Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan*. Jurnal BAABU AL-ILMI: Ekonomi dan Perbankan Syariah, 1(1).