

The Effect of Timeliness of Delivery and Price on Consumer Satisfaction at Ninja Xpress Sampit

Parni Tri Atmoko

Faculty of Business, University of Darwan Ali, Sampit, Indonesia

Email: triatmokoparni@gmail.com

History of Article : received July, accepted December, published December 2022

Abstract - The aim is to analyze the effect of on-time delivery and price on customer satisfaction with Ninja Xpress Sampit. The phenomenon in this study is, based on data on the delivery of goods in 2021, there are many delays in the delivery of goods. Then the problem of price or shipping rates on Ninja Xpress Sampit is more expensive than other logistics companies. Quantitative research and sample collection technique used a non-probability sampling method through a convenience sampling approach and 100 people as samples. The data were analyzed by multiple regression, and the test was carried out using SPSS 22. The results of the partial study showed that the variable on the delivery time (X_1) had a significant and positive effect on consumer satisfaction and price (X_2) also had a significant and positive impact on customer satisfaction with a value of each having the same significance, namely $0.00 < 0.05$. Where the level of significance is below 0.05, H_1 and H_2 are accepted, meaning that the delivery time and price have a significant effect on customer satisfaction with Ninja Xpress Sampit.

Keywords: *Timeliness of Delivery, Price, Customer Satisfaction*

Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Ninja Xpress Sampit

Parni Tri Atmoko

Fakultas Bisnis, Universitas Darwan Ali, Sampit, Indonesia

Email: triatmokoparni@gmail.com

Abstrak - Tujuan untuk menganalisis pengaruh ketepatan waktu pengiriman serta harga terhadap kepuasan konsumen pada Ninja Xpress Sampit. Adapun fenomena dalam penelitian ini ialah, berdasarkan data pengiriman barang pada tahun 2021 banyak terjadi keterlambatan dalam pengiriman barang. Kemudian masalah harga atau tarif pengiriman barang pada Ninja Xpress Sampit lebih mahal dibandingkan perusahaan logistik lainnya. Kuantitatif jenis penelitian yang dilaksanakan dan teknik pengumpulan sampel mengacu *non-probability sampling* melalui pendekatan *convenience sampling* dan 100 orang sebagai sampel. Data dianalisis dengan regresi berganda, dan pengujian dilakukan menggunakan alat bantu SPSS 22. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel ketepatan waktu pengiriman (X_1) berpengaruh secara signifikan dan positif pada kepuasan konsumen serta harga (X_2) juga berpengaruh signifikan dan positif pada kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi yang sama masing-masing yaitu $0.00 < 0.05$. Dimana tingkatan signifikannya yaitu dibawah 0,05, H_1 dan H_2 diterima artinya ketepatan waktu pengiriman dan harga berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen pada Ninja Xpress Sampit.

Kata Kunci : *Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga, Kepuasan Konsumen*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di Indonesia terlihat begitu pesat, seperti di bidang transportasi. Transportasi dapat bermanfaat bagi kegiatan masyarakat termasuk ekonomi, distribusi produk, jasa, dan transportasi penumpang. Semakin banyak pilihan transportasi yang dapat diakses, semakin baik bagi perekonomian semua orang. Di Indonesia, transportasi menjadi salah satu kebutuhan masyarakat yang paling dibutuhkan. Akibatnya, transportasi tumbuh lebih cepat di Indonesia, baik untuk membantu mobilitas masyarakat maupun untuk pengiriman barang. Dalam konteks ini, pengiriman barang sangat menguntungkan bagi mobilitas masyarakat secara keseluruhan. Terkait pengiriman barang yang saat ini terus meningkat akibat banyaknya kegiatan belanja online dalam berbagai bentuk misalnya paket, kertas, dan parsel, maka diperlukan penggunaan jasa penyedia transportasi barang yang handal dan efisien. Perusahaan bisnis berbasis pengiriman produk memiliki lebih banyak opsi online untuk mengembangkan dan menyediakan layanan pengiriman yang secara konsisten memuaskan pelanggan. (Rohman & Abdul, 2021)

Saat ini tidak hanya Sektor manufaktur mendominasi kegiatan ekonomi dunia, tetapi industri jasa juga memainkan peran penting. Bahkan jasa telah berkembang menjadi sektor yang dapat berkontribusi pada pendapatan nasional sekaligus memberikan kesempatan untuk kemajuan pekerjaan. Perusahaan yang berusaha tumbuh dan mencapai keunggulan bersaing harus menyediakan jasa lebih berkualitas dan harga bersaing, pengiriman cepat, dan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen, sebagai sektor ekonomi yang berperan penting dalam kemajuan masyarakat di suatu negara. (Sakti & Mahfudz, 2018).

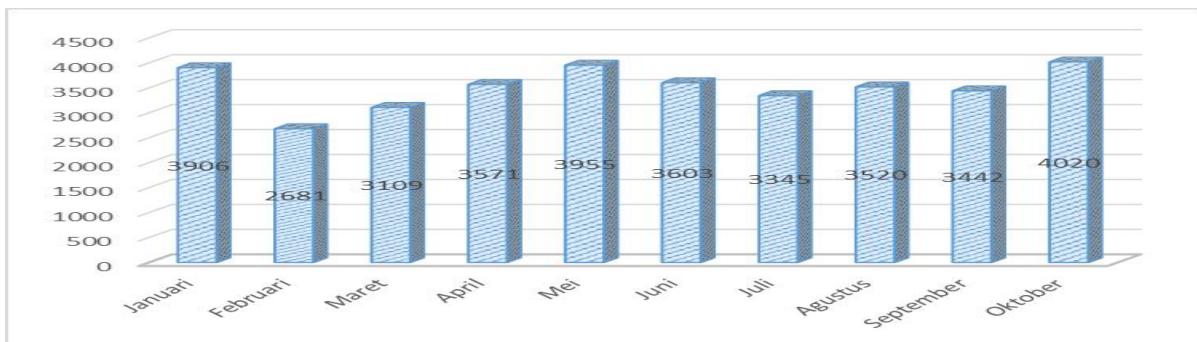
J&T, JNE, Tiki, Si Cepat, dan Ninja Xpress adalah beberapa contoh perusahaan jasa pengiriman logistik yang ada di masyarakat. Dengan tren pengiriman logistik saat ini, tampaknya sesuai dengan aktivitas masyarakat yang bergerak dalam pemanfaatan teknologi digital yang ada untuk melakukan transaksi, melakukan pengiriman logistik, dan memenuhi kebutuhan bahan pokok.

Ninja Xpress adalah layanan pengiriman barang yang memulai debutnya sekitaran tahun 2014. Perusahaan pengiriman barang yang berbasis di Asia Tenggara Ninja Xpress mengkhususkan diri dalam teknologi. Ninja Xpress telah bekerjasama dengan Tokoped, Lazada, E-commerce, dan lain-lain¹.

Dengan berdirinya perusahaan Ninja Xpress hal ini tidak terlepas dari berbagai kesalahan dan hambatan yang dihadapi perusahaan dalam pengoperasianya. Terkadang ada beberapa masalah muncul seperti adanya keterlambatan barang yang dikirim ke konsumen atau kurangnya ketepatan waktu dalam pengiriman barang yang membuat konsumen tidak puas. Menurut Soemohadiwidjojo (2018:89) dalam (Nasution, 2020) ketepatan waktu pengiriman adalah waktu pengiriman terjadi ketika pesanan selesai dan dikirim tepat waktu, atau sebelum tanggal yang disepakati, seperti yang dinegosiasikan antara toko dan pelanggan. Kemudian menurut Sangadji (2013), kepuasan konsumen adalah perbedaan antara persepsi seseorang tentang performa produk yang dihasilkan dengan apa yang diharapkan, serta perasaan senang dan kecewa yang terkait hal tersebut. Beberapa artikel penelitian sebelumnya (Hafizha & Nuryani, 2019; Priambodo et al., 2021; Sakti & Mahfudz, 2018) menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dalam masalah keterlambatan tersebut terjadi disebabkan salah satunya yaitu karyawan sering melakukan penundaan dalam pengiriman barang. Barang yang seharusnya dikirim ke konsumen hari ini namun oleh karyawan ditunda keesokan harinya. Hal tersebut juga terjadi di Ninja Xpress Sampit, keterlambatan pengiriman barang akan membuat konsumen menjadi tidak puas. Berikut tabel keluhan dari konsumen yang dihadapi Ninja Xpress Sampit.

¹ <https://www.resellerdropship.com/public>

Parni Tri Atmoko
Keizai
Vol. 3, No. 2 (2022): 93 - 104
Gambar 1. Data Keterlambatan Pengiriman



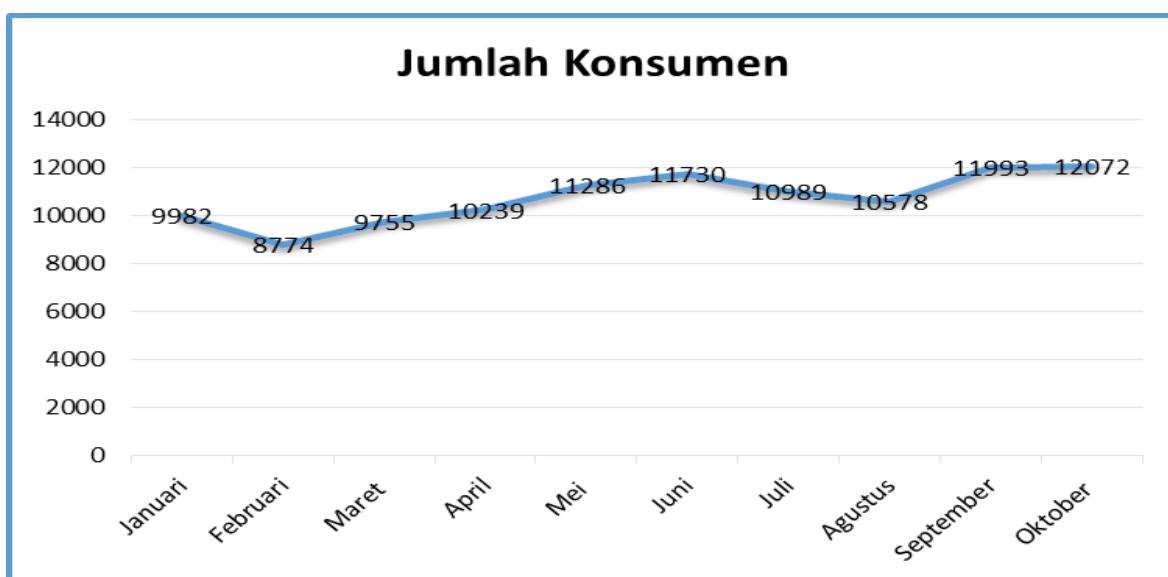
Sumber : Ninja Xpress Sampit 2021

Berdasarkan data keluhan konsumen Ninja Xpress Sampit tahun 2021, menunjukkan bahwa bulan Oktober merupakan puncak keluhan konsumen terbanyak, yaitu 4020 barang yang terlambat kirim. Data keluhan terbanyak kedua yaitu pada bulan Mei, dimana jumlah barang yang terlambat sebanyak 3955 barang. Dan jumlah keluhan paling sedikit yaitu pada bulan Februari, dimana jumlah barang yang terlambat sebanyak 2681. Data ini menunjukkan bahwa Ninja Xpress Sampit dalam waktu pengiriman barang-barang konsumen masih banyak mengalami masalah keterlambatan hal ini dapat dapat berpengaruh terhadap kepuasaan konsumen.

Dalam Nurjamad, (2021), harga ialah uang dibayarkan pada produk, dengan kata lain nilai yang diberikan oleh pembeli sebagai imbalan/keuntungan memiliki serta memanfaatkan suatu produk. Beberapa jurnal penelitian menyatakan bahwasanya harga memiliki pengaruh terhadap suatu kepuasan konsumen. (Handoko, 2017; Nasution, 2020; Sukaesih et al., 2020).

Perbandingan tarif harga pengiriman barang bagi perusahaan J&T, JNE dan Ninja Xpress. Tarif harga pengiriman barang dari palangkaraya ke Sampit, Banjarmasin ke Sampit dan juga Surabaya ke Sampit menunjukkan bahwa tarif harga Ninja Xpress lebih mahal dibandingkan dengan J&T dan juga JNE. Dari perbandingan harga tersebut menunjukkan rata-rata harga Ninja xpress 28% lebih mahal dari harga J&T, dan 23% harga Ninja Xpress lebih mahal dibandingkan dengan harga JNE.

Gambar 2. Jumlah Konsumen



Sumber : Ninja Xpress Sampit, 2021

Disamping harga yang mahal dan banyak pengiriman yang terlambat, namun selama 10 bulan terakhir Ninja Xpress memiliki jumlah konsumen yang dapat dibilang stabil. Lantaran hal itu dapat dilihat dari data tabel 1.3 dimana jumlah konsumen atau pelanggan terbanyak yaitu pada bulan Oktober sebanyak 12.072, dan jumlah konsumen terbanyak kedua yaitu pada bulan September sebanyak 11.993, kemudian jumlah konsumen paling sedikit yaitu pada bulan Februari sebanyak 8.774. Dilihat dari persentase naik turunnya konsumen menunjukkan bahwa jumlah konsumen Ninja Xpress Sampit stabil dan saat mengalami kenaikan atau penurunan tidak terlalu besar. Jumlah konsumen yang telah dijelaskan di atas tidak menunjukkan atau tidak bisa dijadikan jumlah populasi karena satu konsumen bisa saja menggunakan jasa Ninja Xpress 2-3 kali dalam satu bulan, sehingga tidak bisa dipastikan.

Peneliti menemukan permasalahan pada perusahaan Ninja Xpress Sampit yaitu banyaknya masalah keterlambatan dalam pengiriman barang kepada konsumen, kemudian dari harga atau tarif yang ditentukan perusahaan Ninja Xpress Sampit lebih mahal apa bila dibandingkan dengan perusahaan pesaing seperti JNE dan J&T. Dalam skenario ini penelitian bertujuan untuk melihat bagaimana peran harga dan ketepatan waktu dalam membentuk kepuasan konsumen Ninja Xpress. Hasil penelitian dapat berkontribusi dalam memberikan informasi bahwa harga dan ketepatan waktu pengiriman sesuatu yang patut dipertimbangkan oleh Ninja Xpress dikota Sampit.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan jenisnya penilitian ini masuk kedalam penelitian asosiatif berdasarkan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2013) asosiatif ialah temuan untuk mengetahui dampak dan hubungan antara beberapa variabel. Sementara kuantitatif bisa didefinisikan sebagai pendekatan penelitian berbasis filosofi positif untuk meneliti sampel dari populasi, pengumpulan data dengan peralatan, dan menganalisis data statistik sebagai penguji hipotesis. Kuesioner dipergunakan sebagai instrumen pengumpulan data, berbasis skala likert sebagai variabel pengukur dengan pernyataan sangat tidak setuju (1); tidak setuju (2); setuju (3); dan sangat setuju (4). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa Ninja Xpress, yang mana sampel yang diambil sebesar 100 orang. Teknik *non-probability sampling* pada pendekatan convenience sampling ialah cara penentuan sampel. Non-probability sampling dalam Pangudi & Yuniati, (2018), adalah sebuah pendekatan pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan sama terhadap masing-masing anggota populasi yang ada. Sedangkan *Convenience sampling*, Sugiyono (2013:85) ialah penentuan sampel atas dasar kebetulan, jadi siapa bertemu dengan peneliti bisa digunakan sebagai sampel, jika dinilai orang cocok sebagai sumber data. Jumlah sampel tidak bisa diidentifikasi secara pasti, bisa dipergunakan rumus Lemeshow berikut²:

$$\begin{aligned} n &= Z^2(1 - P) \\ n &= \frac{Z^2(1 - P)}{d^2} \\ n &= \frac{1,96^2(1 - 0,5)}{0,1^2} \\ n &= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \end{aligned}$$

n= 96,04 (dibulatkan 100 responden)

n = Sampel dicari

z = Tingkatan kepercayaan yang diperlukan pada penelitian ini 1,96

Berdasarkan perhitungan diatas didapat untuk sampel minimum menggunakan 105 sampel responden.

²<https://serviceacjogja.pro/rumus-lemeshow/>

Penelitian ini menggunakan uji validitas serta reliabel untuk melihat apakah kuisioner yang disebarluaskan bisa menunjukkan hasil valid. Selain itu peneliti juga memakai uji asumsi klasik, uji Parsial serta uji simultan serta memakai analisis regresi linier berganda menggunakan rumus :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- a : Konsta
- b₁ : Koef regresi ketepatan waktu pengiriman
- b₂ : Koef regresi harga
- X₁ : Ketepatan waktu pengiriman
- X₂ : Harga
- Y : Kepuasan konsumen
- E : eror

Program SPSS dengan versi 23 dipergunakan sebagai alat analisis

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas instrumen Menurut Janna & Herianto (2021) jika tingkatan signifikansi item kurang dari 0,05 artinya alat pengukuran yang dipakai valid, dan begitu pula sebaliknya apabila nilai signifikansi item besar dari 0,05 maka bisa dinyatakan alat pengukuran dipakai tidak valid. Uji reliabilitas dilihat nilai Cronbach Alpha, apa bila nilainya lebih besar 0,60 maka dapat di nyatakan reliabel.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	X1	X2	Y
1	Alpha Cronbach	0.803	0.821	0.701

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

Dari tabel tersebut menunjukan nilai Alpha Cronbach semua variabel yang bernilai > 0,60 sehingga dapat dikatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	X1.1	X1.2	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Y1.1	Y1.2	Y1.3
Sig	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

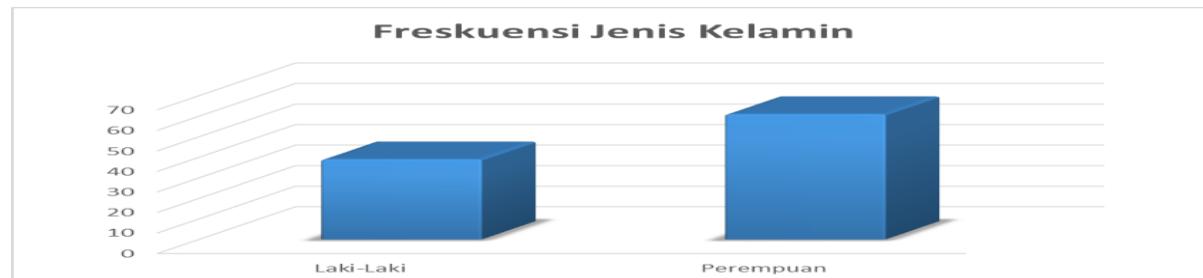
Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

Tabel diatas menunjukan nilai sig semua variabel yang bernilai < 0.05 sehingga dapat dinyatakan Valid.

Karakteristik Responden

Identifikasi responden dibutuhkan untuk menerangkan tanggapan terhadap daftar pertanyaan yang diisi oleh para responden. Besar sampel untuk penelitian saat ini ialah 100 orang. Jenis, usia, kelamin pekerjaan, dan pendidikan ialah beberapa data pengenal yang diberikan oleh responden. Peneliti mendapatkan informasi berikut tentang responden. Identitas responden sebagai berikut :

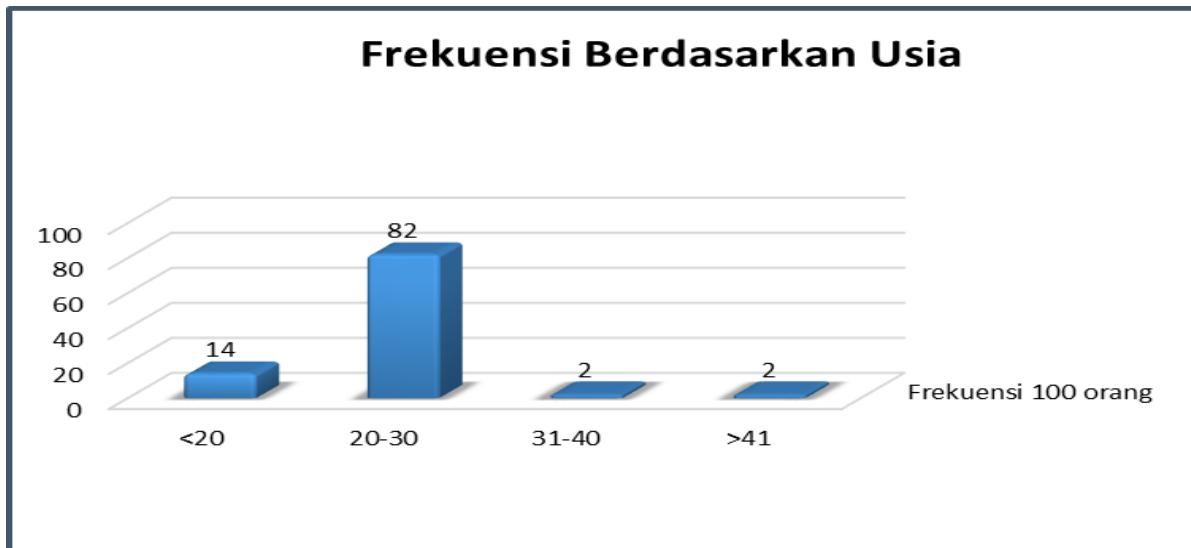
Gambar 3. Jenis Kelamin



Sumber: Data Primer, 2022

Mengacu data yang didapat, responden yang menjawab kuesioner didominasi oleh perempuan. Ini mungkin karena banyaknya wanita yang memiliki usaha seperti toko online, termasuk ibu rumah tangga dan mahasiswa, atau mungkin karena banyak wanita suka berbelanja online.

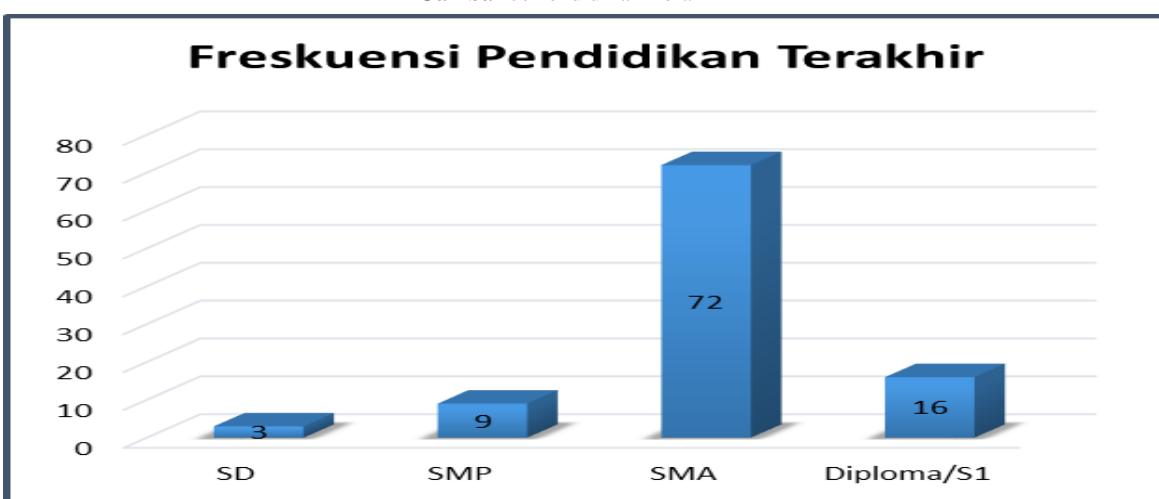
Gambar 4. Usia



Sumber: Data Primer, 2022

Mengacu data yang didapat, rata-rata usia responden adalah berusia 20-30 tahun. Hal ini dapat terjadi karena banyak pelanggan yang memiliki bisnis online memilih untuk mengirimkan paket mereka melalui Ninja Xpress Sampit. Karena masyarakat yang masih dalam usia produktif seringkali memiliki tingkat produksi yang lebih besar dan lebih efisien secara produktif.

Gambar 5. Pendidikan Terakhir

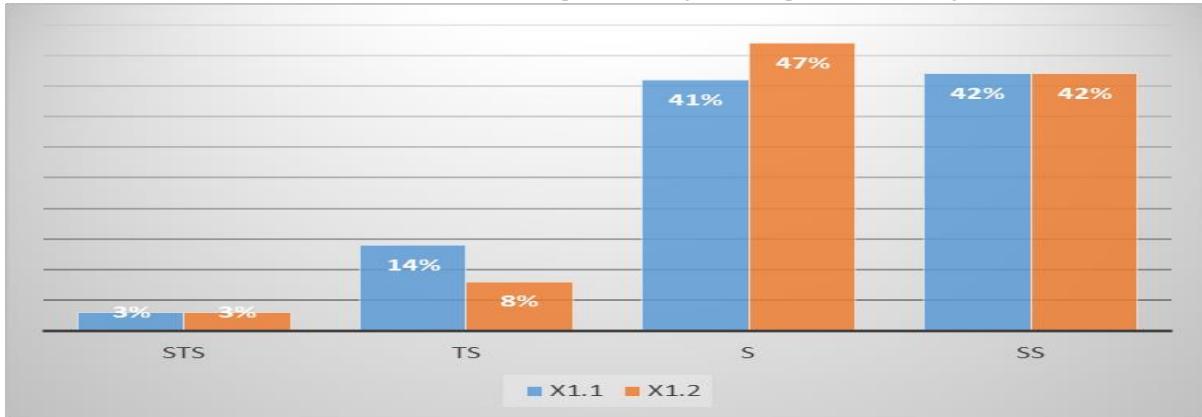


Sumber: Data Primer, 2022

Mengacu data yang didapat, rata-rata pendidikan terakhir responden adalah SMA. Hal ini memberikan penjelasan bahwa pengguna Ninja Xpress Sampit banyak yang berpendidikan terakhir SMA yang kemungkinan mempunyai bisnis online sehingga menggunakan jasa Ninja Xpress untuk mengirim barang ke konsumen.

Deskripsi Jawaban Responden

Berikut disajikan rangkuman tanggapan responden untuk setiap pertanyaan pada setiap variabel penelitian.

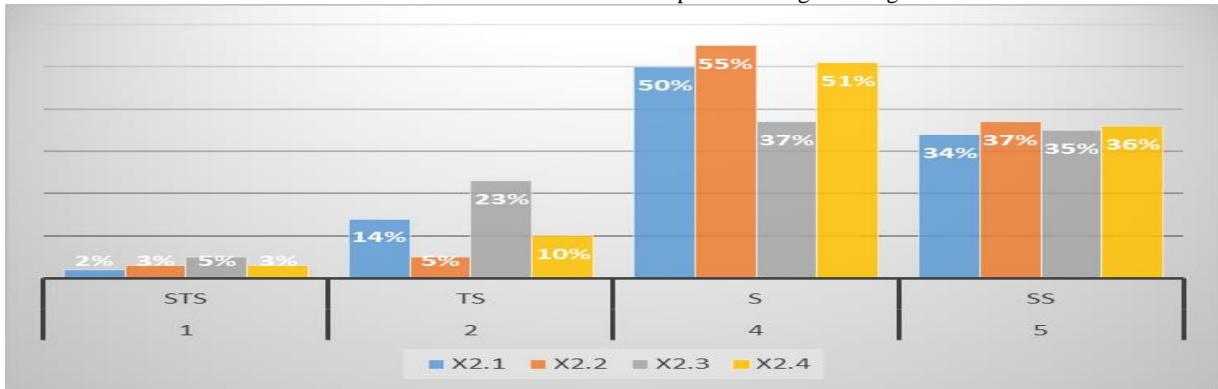
Gambar 6. Karakteristik Jawaban Responden Mengenai Ketepatan Waktu Pengiriman

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Untuk jawaban atas pertanyaan X1.1 dapat disimpulkan bahwa responden berpendapat setuju dan sangat setuju atas pertanyaan Produk yang dikirim Ninja Xpress datang tepat waktu pada tempat tujuan pengiriman.

Untuk jawaban atas pertanyaan X1.2 dapat disimpulkan bahwa responden berpendapat setuju dan sangat setuju atas pertanyaan Ninja Xpress sampit memberikan informasi pengiriman yang cepat.

Gambar 7. Karakteristik Jawaban Responden Mengenai harga

Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

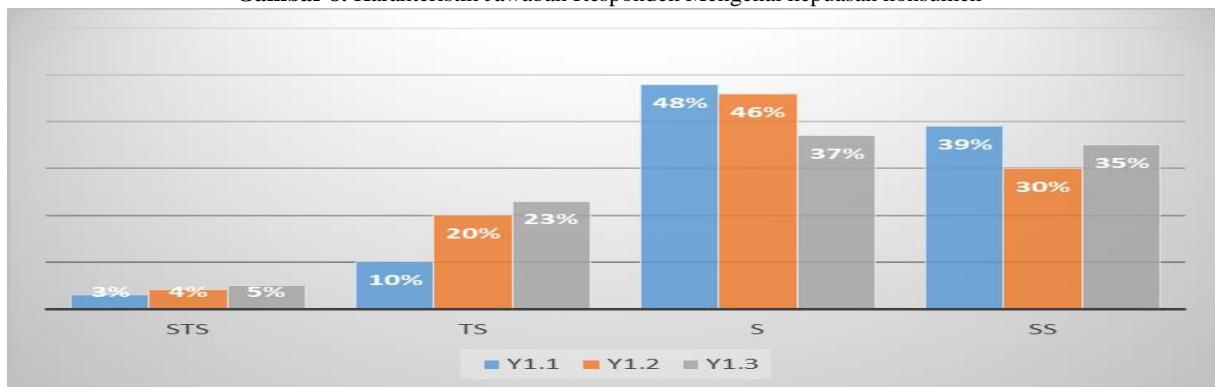
Untuk jawaban atas pertanyaan X2.1 “Harga yang ditawarkan ninja Xpress terjangkau oleh konsumen” artinya responden setuju bahwasanya tarif harga yang ditawarkan Ninja Xpress sangat terjangkau oleh kemampuan konsumen untuk menggunakan jasa tersebut.

Untuk jawaban atas pertanyaan X2.2 “Harga yang diberikan Ninja Xpress sesuai dengan kualitas yang didapatkan oleh konsumen (barang yang diterima tanpa cacat)” artinya responden menyatakan bahwasanya harga yang diberikan Ninja Xpress Sampit sesuai saja bila dilihat dari kualitas yang didapat yaitu berupa barang yang dikirimkan tidak mengalami kerusakan ataupun kecacatan.

Untuk jawaban atas pertanyaan X2.3 “Harga Ninja Xpress lebih murah dari jasa pengiriman lainnya” artinya responden setuju saja bahwasanya harga yang ditawarkan bila dibandingkan dengan perusahaan sejenis Ninja Xpress Sampit lebih murah tarif pengirimannya.

Untuk jawaban atas pertanyaan X2.4 “Harga yang ditetapkan Ninja Xpress sesuai dengan manfaat yang diterima berupa kecepatan dalam pengiriman” artinya responden setuju saja bahwasanya penetapan harga pada Ninja Xpress Sampit sesuai dengan Manfaat yang diberikan berupa adanya kecepatan dalam pengiriman.

Gambar 8. Karakteristik Jawaban Responden Mengenai kepuasan konsumen



Sumber: Data Primer, 2022

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Untuk jawaban atas pertanyaan Y1.1 “Jasa pengiriman Ninja Xpress Sampit sesuai dengan harapan konsumen” artinya responden setuju bahwasanya jasa pengiriman yang diberikan Ninja Xpress Sampit menurut harapan konsumen sangat sesuai.

Untuk jawaban atas pertanyaan Y1.2 “Menggunakan jasa Ninja Xpress kembali dari pada mencoba jasa pengiriman lainnya” artinya responden setuju bahwasanya semua kalangan mampu menjangkau harga yang ditawarkan Ninja Xpress Sampit.

Untuk jawaban atas pertanyaan Y1.3 “Merekendasikan jasa pengiriman Ninja Xpress kepada orang lain” artinya responden setuju dan bersedia setelah menggunakan jasa Ninja Xpress akan merekomendasikan ke orang lain untuk menggunakan jasa tersebut.

Multikolinieritas

Dalam Handoko, (2017) pengujian dilaksanakan supaya mengetahui dan memastikan bahwa variabel pada penelitian tidak saling berpengaruh. Bisa dikatakan terkena multikolinearitas dilihat melalui nilai Tolerance harus lebih kecil dari 1, bisa juga dilihat dari VIFnya harus lebih kecil dari angka 5.

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

Model	Tolerance		VIF
(Constant)			
1 X1	0.399		2.506
X2	0.399		2.506

Sumber: hasil penelitian, 2022

Nilai variabel X1 serta X2 nilai tolerance <1 serta nilai VIF <5 artinya tidak ada multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Dalam Nasution, (2020) mengatakan bahwa tujuan dari heteroskedastisitas ialah untuk memastikan ketidaksetaraan varians antara nilai residu dari pengamatan yang berbeda. Model regresi heteroskedastis bukanlah model regresi yang baik. Terdapat hetero apabila bernilai lebih kecil dari 0.05 signifikansinya.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Reg	0.012	2	0.006	0.169	.845 ^b
	3.547	97	0.037		
	3.559	99			

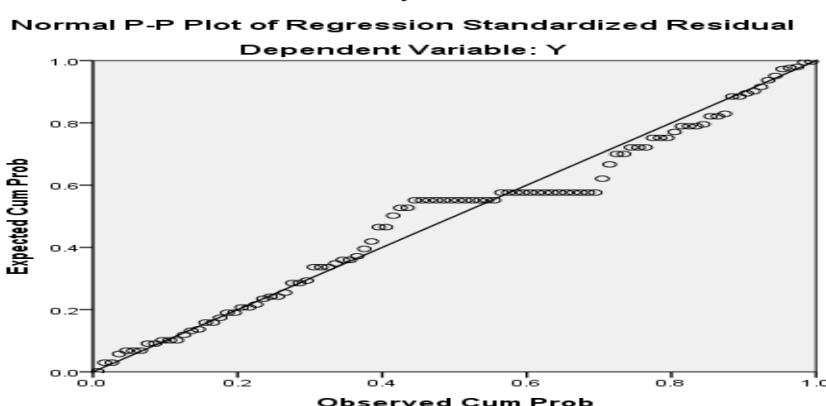
Sumber: hasil penelitian, 2022

Uji heteroskedastisitas yang dilakukan pada SPSS 22 menunjukkan nilai signifikansinya yaitu 0.845 lebih dari 0,05 , artinya bebas heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui distribusi variabel pengganggu atau residual dalam model regresi untuk melihat apakah mereka terdistribusi secara teratur. Uji normalitas didasarkan pada plot probabilitas normal, yang menunjukkan bagaimana distribusi kumulatif berbeda dari distribusi normal. Distribusi data (titik) pada sumbu diagonal grafik atau histogram residual secara teoritis dapat digunakan untuk menilai apakah suatu distribusi normal. alasan untuk membuat keputusan: apabila data berada didekat diagonal dan mnegikuti orientasinya, maka dapat dikatakan bahwa model tersebut memenuhi normalitas. (Adhikara & Sugiono, 2014)

Gambar 9. Uji Normalitas



Sumber : Data SPSS

Bersumber dari hasil gambar tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal karena titik menyebar disekitar garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan data yang digunakan normal.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	Sig.
	B	Std. Error		
1	(Constant)	0.02	0.183	0.913
	X1	0.427	0.078	0
	X2	0.551	0.088	0

Sumber : Data SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan maka dapat dibentuk persamaan seperti dibawah ini :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 0,020 + 0,427X_1 + 0,551X_2$$

Dari persamaan regresi tersebut bermakna bahwa :

Konstanta (a) = 0,020

Nilai konstanta ini memiliki arti jika ada perubahan variabel ketepatan waktu pengiriman dan harga, maka kepuasan konsumen akan berubah sebesar 0,020

Ketepatan Waktu Pengiriman = 0,427

Koefisien regresi ini menunjukkan apabila variabel ketepatan waktu pengiriman meningkat, maka bisa meningkatkan pula kepuasan konsumen ialah 0,427.

Harga = 0,551

Koefisien regresi ini menunjukkan apabila variabel harga lebih baik, maka bisa meningkatkan kepuasan konsumen ialah 0,551 dengan anggapan bahwasannya variabel bebas diluar model regresi ialah tetap.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Persentase variabel bebas yang secara kolektif dapat menjelaskan variabel terikat dihitung dengan menggunakan koefisien determinasi (R^2). Uji ini mempunyai nilai antara 0 dan 1. Variabel independen mencakup seluruh informasi dalam rangka memprediksi perubahan variabel dependen jika koefisien determinasi (R^2)=1. Fluktuasi dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen jika koefisien determinasi (R^2) = 0.

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872 ^a	0.76	0.755	0.34883

Berdasarkan uji (R^2) tersebut memiliki makna bahwa sebesar 75,5% variabel ketepatan waktu pengiriman dan harga mampu menggambarkan kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 24,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar model.

Uji Hipotesis

Uji T (Uji Parsial)

Menurut Sugiyono (2015:299) uji t dipergunakan untuk melihat variabel bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Jika $\text{sig} < 0,05$ atau 5%, H_0 , menunjukkan bahwasanya pengaruhnya signifikan.

Tabel 7. Uji T (Uji Parsial)

Model		T	Sig
1	X1	5.456	0.000
	X2	6.299	0.000

Sumber : Hasil penelitian, 2022

Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X1)

Variabel X1 menghasilkan nilai $t = 5,456$ dengan tingkat $\text{sig} 0,000 < 0,05$. Hipotesis yang dapat diterima adalah H_1 , yang menyatakan bahwa pengiriman tepat waktu memiliki dampak besar terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel Harga (X2)

Variabel X2 menunjukkan nilai $t = 6,299$ dengan tingkat $\text{sig} 0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikan dibawah 0,05 tersebut berarti menunjukkan H_2 diterima yang memiliki arti harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji F (Uji bersama-sama)

Apabila $\text{sig} > 0,05$, artinya H_0 diterima dan H_a ditolak, atau variabel independen tidak mampu menjelaskan variabel dependen dan berlaku sebaliknya.

Tabel 8. Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37.416	2	18.708	153.745
	Residual	11.803	97	0.122	.000 ^b
	Total	49.219	99		

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

Hasil F sebesar 153,745 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai tersebut kurang dari dari 0,05 sehingga membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa pengaruh ketepatan waktu pengiriman dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan dalam rangka membentuk kepuasan konsumen Ninja Xpress di Kota Sampit.

Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji parsial diketahui bahwa variabel waktu pengiriman berpengaruh positif dalam membentuk kepuasan pelanggan. Menurut temuan ini, responden umumnya setuju bahwa ketepatan waktu pengiriman Ninja Xpress Sampit memuaskan pelanggan dengan pengiriman yang cepat ke lokasi mereka dan paket atau komoditas yang dikirim oleh pelanggan tiba lebih cepat dari tanggal yang diinginkan. Dengan kata lain, skor kepuasan konsumen Ninja Xpress Sampit meningkat sebesar 0,371 unit untuk setiap unit yang ditambahkan pada waktu pengiriman. Temuan ini mendapatkan hasil yang mendukung penelitian yang dilakukan A. R. Nasution, (2020), Sakti & Mahfudz, (2018), Rohman & Abdul, (2021), Priambodo et al., (2021), yang menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif signifikan membentuk kepuasan konsumen. Artinya, semakin tepat waktu pengiriman nya maka konsumen semakin puas.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji parsial menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan membentuk kepuasan konsumen pada Ninja Xpress Sampit. Berdasarkan hasil ini, para konsumen Ninja Xpress Sampit setuju harga yang relatif murah dan terjangkau yang ditawarkan perusahaan memuaskan konsumen. Dengan artian lain setiap ada usaha peningkatan sebesar satu satuan pada harga, akan diikuti oleh peningkatan kepuasan konsumen pada Ninja Xpress Sampit sebesar 0,551 satuan. Penelitian menunjukkan hasil yang mendukung uji hipotesis yang dilakukan oleh Sukaesih et al (2020), Handoko, (2017), Hafizha & Nuryani, (2019), Juniariska et al., (2020) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan dalam membentuk kepuasan konsumen. Artinya, semakin harga relatif murah dan terjangkau maka konsumen akan semakin puas.

Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Harga Terhadap Kepuasan konsumen

Hasil uji bersama-bersama yang dilakukan, ketepatan waktu pengiriman dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dalam jurnal Rosadi, (2021) kepuasan konsumen adalah Kegembiraan atau kekecewaan pelanggan sebagai konsekuensi dari membandingkan item (atau hasil) yang dianggap sesuai dengan harapan konsumen. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa faktor waktu pengiriman dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Ninja Xpress Sampit karena diperoleh nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan pencapaian nilai koefisien adjusted R square sebesar 0,755. Angka ini menunjukkan bahwa variabel waktu pengiriman dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 75,5 persen, sedangkan sisanya berasal variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada Ninja Xpress Sampit dipengaruhi positif dan signifikan oleh ketepatan waktu pengiriman. Kepuasan Konsumen pada Ninja Xpress Sampit dipengaruhi positif serta signifikan oleh harga.

Perusahaan dapat mempertahankan serta meningkat kualitas dalam hal pengiriman. Salah solusi agar tidak ada terjadi keterlambatan dalam pengiriman barang, perusahaan Ninja Xpress bisa menambahkan lebih banyak lagi tenaga kerja sebagai kurir atau dapat menambahkan kualitas dan kuantitas kurir. Selanjutnya, diharapkan perusahaan dapat mempertahankan atau bisa saja menurunkan harga.

Peneliti selanjutnya dapat memperbanyak variabel variabel kualitas pelayanan yang diduga memiliki hubungan terhadap kepuasan konsumen. Variabel tersebut berpotensi memiliki pengaruh kepada kepuasan konsumen mengingat dalam fenomena penelitian masih ditemukan masalah mengenai kualitas pelayanan yang kurang baik pada perusahaan Ninja Xpress, seperti pelayanan yang kurang ramah oleh karyawan, tidak adanya tempat duduk bagi pelanggan, tempatnya yang kurang bersih dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhikara, N. B., & Sugiono, S. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang Jasa English Course (Studi Kasus Pada Konsumen Ilp English Course Semarang)*. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis.
- 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 Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 17(1).
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS*.
- 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). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(12).
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(003).
- Munparidi, M. (2012). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Pelatihan, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Musi Kota Palembang. *Orasi Bisnis: Jurnal Ilmiah Administrasi Niaga*, 7(1).
- Nasution, A. R. (2020). *Pengaruh Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen pada J&T Express di Kota Medan*.
- Nasution, H. F. (2016). Instrumen penelitian dan urgensinya dalam penelitian kuantitatif. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 4(1), 59–75.
- Nurjamad, M. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Pada Kepuasan Pelanggan Fitur Go-Ride Pt. Gojek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Teknologi*, 13(1), 1–11.
- Pangudi, Y. H. H., & Yuniati, T. (2018). Analisis Ketepatan Waktu, Pelayanan, Dan Keamanan Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pt Temas Line Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 7(7).
- Priambodo, Y., Vikaliana, R., & Purnaya, I. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Jasa Freight Forwarding Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Semoga Sukses Logistik. *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(1), 57–66.
- Rohman, S., & Abdul, F. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Logistik Indonesia*, 5(1), 73–85.
- Rosadi, A. A. S. (2021). Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kemitraan Ninja Express Jatihandap Kota Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Teknologi*, 13(1), 12–20.
- 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.
- Septika, B. H. (2016). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek Narmada Di Kota Mataram. *Jurnal Sangkareang Mataram*, 2(2), 5–8.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sukaesih, D., Mulyani, A., & Usman, B. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. TIKI JNE Sub Agen Kayuagung. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 17(1), 18–36.