

Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. X

Feriyanto^{1*}, Zaharuddin², Supriyadi³

¹²³Universitas Panca Sakti Bekasi, Bekasi, Indonesia

*Correspondence Author Email: fendista0402@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. X. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT. X (PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia), dengan jumlah sampel sebanyak 132 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 3%. Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman diukur melalui indikator kesesuaian waktu, konsistensi, frekuensi keterlambatan, dan ketepatan estimasi waktu kedatangan. Sementara itu, Kepuasan Pelanggan diukur melalui kepuasan keseluruhan, kesesuaian dengan harapan, pemenuhan kebutuhan, dan pengalaman pelayanan. Teknik analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kepuasan Pelanggan berada pada kategori "Tinggi". Analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan $Y = 21,877 + 0,661X$. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), yang mengindikasikan bahwa Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,053 menunjukkan bahwa Ketepatan Waktu Pengiriman mampu menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan sebesar 5,3%, sedangkan sisanya sebesar 94,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa meskipun ketepatan waktu merupakan faktor yang signifikan, perusahaan perlu memperhatikan aspek layanan lainnya untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan korporat.

Kata kunci: Ketepatan Waktu Pengiriman, Kepuasan Pelanggan, Regresi Linear

Abstract

This study aims to analyze the effect of Delivery Timeliness on Customer Satisfaction at PT. X. This study employed a quantitative approach using a survey method. The research data were collected through questionnaires distributed to customers of PT. X (PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia), involving 132 respondents determined by the Slovin formula with a 3% margin of error. Delivery Timeliness was measured through indicators of time conformity, consistency, frequency of delays, and accuracy of estimated arrival time. Meanwhile, Customer Satisfaction was measured through overall satisfaction, conformity with expectations, fulfillment of needs, and service experience. Data analysis techniques included validity and reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination. This study aims to analyze the effect of Delivery Timeliness on Customer Satisfaction at PT. X. This study employed a quantitative approach using a survey method. The research data were collected through questionnaires distributed to customers of PT. X (PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia), involving 132 respondents determined by the Slovin formula with a 3% margin of error. Delivery Timeliness was measured through indicators of time conformity, consistency, frequency of delays, and accuracy of estimated arrival time. Meanwhile, Customer Satisfaction was measured through overall satisfaction, conformity with expectations, fulfillment of needs, and service experience. Data analysis techniques included validity and reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination.

Keywords: Delivery Timeliness, Customer Satisfaction, Linear Regression

Article History:

Submitted: September 7, 2026

Revised: September 12, 2026

Accepted: September 13, 2026

PENDAHULUAN

Industri logistik di Indonesia mengalami perkembangan yang semakin pesat seiring dengan meningkatnya aktivitas perdagangan elektronik serta kebutuhan dunia usaha terhadap sistem rantai pasok yang efektif dan efisien. Perkembangan tersebut mendorong perusahaan jasa logistik untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan agar mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara optimal. Dalam kegiatan bisnis, jasa logistik memiliki peranan strategis karena mendukung kelancaran distribusi barang, menunjang proses produksi, serta memastikan produk dapat diterima oleh pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan jadwal yang telah ditentukan. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan dalam industri logistik tidak lagi hanya ditentukan oleh tingkat tarif yang ditawarkan, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam menyediakan pelayanan yang berkualitas, andal, dan konsisten. Uraian ini sejalan dengan konteks penelitian dalam file yang menempatkan kualitas pelayanan dan kinerja operasional sebagai bagian penting dalam persaingan industri logistik.

Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan perusahaan sekaligus menjadi faktor yang mendukung keberlangsungan hubungan bisnis dalam jangka panjang. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai aspek pelayanan, seperti kualitas pelayanan, kewajaran biaya, keandalan operasional, serta kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam konteks jasa logistik, ketepatan waktu pengiriman (*delivery timeliness*) menjadi salah satu aspek yang sangat penting karena berkaitan secara langsung dengan aktivitas operasional pelanggan. Kemampuan perusahaan dalam memenuhi jadwal pengiriman sesuai dengan waktu yang telah disepakati menunjukkan tingkat keandalan pelayanan sekaligus menjadi salah satu dasar bagi pelanggan dalam mengevaluasi kinerja perusahaan. Penelitian Ricardianto et al. (2023) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan dan ketepatan waktu memiliki keterkaitan penting dengan kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman di Indonesia.

Ketepatan waktu pengiriman pada dasarnya tidak hanya berkaitan dengan kemampuan perusahaan mengirimkan barang sesuai jadwal, tetapi juga mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi komitmen pelayanan kepada pelanggan. Keterlambatan pengiriman dapat memberikan dampak terhadap aktivitas bisnis pelanggan, terutama apabila barang yang dikirim merupakan bagian dari kebutuhan operasional atau rantai pasok. Keterlambatan dapat mengganggu proses distribusi, menyebabkan kekurangan persediaan, meningkatkan kemungkinan terjadinya *idle capacity*, serta menurunkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan penyedia jasa logistik. Sebaliknya, kemampuan perusahaan mempertahankan ketepatan waktu secara konsisten dapat menciptakan kepastian

bagi pelanggan, memperkuat kepercayaan, serta mendukung terbentuknya hubungan bisnis jangka panjang. Temuan Putra dan Bahrin (2023) menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Pos Indonesia.

Permasalahan ketepatan waktu tersebut juga menjadi relevan pada PT. X sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa logistik terintegrasi. Berdasarkan uraian dalam penelitian, PT. X melayani pelanggan korporat, termasuk perusahaan dalam industri otomotif yang memiliki tuntutan pelayanan relatif tinggi. Perusahaan telah menerapkan Standard Operating Procedure (SOP) dan menetapkan target Service Level Agreement (SLA) sebagai standar pelayanan. Namun demikian, dalam pelaksanaan operasional masih terdapat kemungkinan terjadinya keterlambatan pengiriman. Beberapa kondisi yang dapat memengaruhi ketepatan waktu tersebut antara lain kepadatan lalu lintas, perubahan kondisi cuaca, koordinasi penjadwalan armada yang belum optimal, serta kendala teknis kendaraan selama proses distribusi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pencapaian ketepatan waktu pengiriman tidak hanya ditentukan oleh perencanaan perusahaan, tetapi juga oleh berbagai kondisi yang muncul selama proses distribusi.

Permasalahan tersebut menjadi semakin penting ketika dikaitkan dengan karakteristik pelanggan korporat PT. X, khususnya PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia, yang menggunakan sistem produksi *just-in-time*. Dalam sistem produksi tersebut, ketepatan waktu kedatangan komponen dan suku cadang menjadi bagian penting dalam mendukung kesinambungan proses produksi. Keterlambatan pengiriman dapat mengganggu ketersediaan komponen, memengaruhi proses produksi, dan pada kondisi tertentu berpotensi menimbulkan kerugian operasional maupun finansial. Selain dampak operasional, keterlambatan yang terjadi secara berulang juga berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap PT. X sebagai mitra distribusi. Oleh karena itu, pengkajian mengenai ketepatan waktu pengiriman menjadi penting untuk mengetahui keterkaitannya dengan kepuasan pelanggan korporat.

Untuk memperoleh gambaran yang objektif mengenai kondisi tersebut, diperlukan informasi yang dapat merepresentasikan kinerja pengiriman dan persepsi pelanggan. Data yang relevan antara lain tingkat keterlambatan pengiriman (*delivery delay rate*), target Service Level Agreement (SLA), jumlah keluhan pelanggan yang berkaitan dengan ketepatan waktu, serta data historis mengenai pencapaian ketepatan waktu pengiriman pada berbagai tujuan distribusi. Data tersebut dapat digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana kinerja operasional perusahaan telah memenuhi standar pelayanan yang ditetapkan sekaligus melihat bagaimana kondisi pelayanan tersebut dipersepsikan oleh pelanggan. Dalam penelitian ini, fokus kemudian diarahkan pada persepsi pelanggan terhadap ketepatan waktu pengiriman dan kepuasan pelanggan PT. X.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman memiliki hubungan dengan kepuasan pelanggan, tetapi konteks penelitian yang digunakan masih beragam. Putra dan Bahrin (2023), misalnya, menemukan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

PT Pos Indonesia. Sitompul et al. (2023) juga menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan J&T Express. Selanjutnya, Kaligis et al. (2024) menemukan bahwa *timely delivery* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan pengaruh tersebut menjadi lebih kuat ketika kualitas pelayanan berada pada tingkat yang tinggi. Ricardianto et al. (2023) juga menempatkan ketepatan waktu sebagai salah satu prediktor penting dalam menjelaskan kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman di Indonesia. Dengan demikian, sejumlah penelitian memberikan dasar empiris bahwa ketepatan waktu merupakan aspek penting dalam pembentukan kepuasan pelanggan.

Meskipun demikian, penelitian yang menjadi dasar penelitian ini menunjukkan adanya ruang kajian yang masih perlu dikembangkan, terutama pada konteks pelanggan korporat perusahaan jasa logistik. Penelitian terdahulu banyak dilakukan pada perusahaan ekspedisi dan layanan pengiriman yang melayani pelanggan umum, seperti PT Pos Indonesia, J&T Express, Shopee Express, dan Ninja Express. Sementara itu, penelitian pada PT. X dengan karakteristik pelanggan korporat dan kebutuhan operasional yang berkaitan dengan aktivitas industri masih relatif terbatas. Selain itu, Fitriyani dan Mokodompit (2025) lebih menekankan aspek *cost efficiency* dalam model layanan logistik, sedangkan Rizki et al. (2024) mengkaji ketepatan waktu bersama kualitas pelayanan dan harga pada pelanggan Ninja Express. Perbedaan objek, karakteristik pelanggan, wilayah operasional, serta variabel yang digunakan menunjukkan bahwa hubungan antara ketepatan waktu pengiriman dan kepuasan pelanggan masih relevan untuk diuji pada konteks perusahaan logistik yang berbeda.

Berdasarkan fenomena operasional dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian mengenai pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada PT. X penting untuk dilakukan. Penelitian ini secara khusus menempatkan ketepatan waktu pengiriman sebagai variabel independen dan kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen, dengan fokus pada pelanggan korporat PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia. Fokus tersebut diharapkan dapat menghasilkan bukti empiris mengenai sejauh mana ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks jasa logistik korporat. Hasil penelitian selanjutnya diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi PT. X dalam meningkatkan kualitas operasional dan pelayanan, khususnya dalam mempertahankan konsistensi ketepatan waktu pengiriman serta memperkuat hubungan kerja sama dengan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. X.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi dan karakteristik variabel yang diteliti, yaitu ketepatan waktu pengiriman dan kepuasan pelanggan. Sementara itu, pendekatan verifikatif

digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh ketepatan waktu pengiriman sebagai variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat. Pengumpulan data dilakukan menggunakan desain survei melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang memenuhi kriteria sebagai responden penelitian (Sugiyono, 2019; Sekaran & Bougie, 2016).

Penelitian dilaksanakan pada PT. X, yaitu perusahaan yang menyediakan jasa logistik dan pengiriman barang, dengan fokus pada kegiatan pelayanan dan pengiriman kepada pelanggan. Subjek penelitian diarahkan pada pelanggan korporat yang mewakili PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia dan berinteraksi langsung dengan layanan PT. X. Populasi penelitian terdiri atas pelanggan yang telah menggunakan layanan pengiriman PT. X sekurang-kurangnya satu kali dalam enam bulan terakhir sebelum penelitian dilaksanakan. Berdasarkan database pelanggan perusahaan, jumlah populasi yang memenuhi kriteria penelitian adalah 150 orang. Penelitian dilaksanakan dalam periode enam bulan yang mencakup tahapan persiapan instrumen, observasi awal, uji instrumen, pengumpulan data, pengolahan dan analisis data, serta penyusunan laporan penelitian.

Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik probability sampling dengan metode simple random sampling, sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai responden (Sugiyono, 2019). Berdasarkan perhitungan yang digunakan dalam penelitian, jumlah populasi sebanyak 150 orang menghasilkan sampel sebanyak 132 responden. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan 132 pelanggan sebagai responden penelitian. Pemilihan responden tersebut dimaksudkan untuk memperoleh data empiris dari pelanggan yang memiliki pengalaman aktual dalam menggunakan layanan pengiriman PT. X, sehingga penilaian yang diberikan berkaitan langsung dengan pengalaman mereka terhadap ketepatan waktu pengiriman dan pelayanan perusahaan.

Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup yang diberikan kepada responden secara daring, seperti melalui Google Form, maupun secara langsung apabila memungkinkan. Instrumen disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian dan menggunakan skala Likert lima poin, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju. Variabel ketepatan waktu pengiriman (X) diukur melalui empat indikator, yaitu kesesuaian waktu kedatangan dengan estimasi yang diberikan, konsistensi pemenuhan waktu pengiriman, frekuensi keterlambatan, serta kejelasan dan keakuratan estimasi waktu kedatangan. Sementara itu, kepuasan pelanggan (Y) diukur melalui kepuasan secara keseluruhan, kesesuaian pelayanan dengan harapan, kemampuan memenuhi kebutuhan pengiriman, dan pengalaman pelayanan yang diterima pelanggan.

Sebelum digunakan dalam analisis, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Product Moment Pearson dengan membandingkan nilai korelasi setiap butir pernyataan dengan skor total variabel. Suatu butir instrumen dinyatakan valid apabila nilai *r-hitung* lebih besar daripada *r-tabel* pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ (Sugiyono, 2019). Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha dengan

bantuan perangkat lunak SPSS. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70 (Nunnally & Bernstein, 1994).

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) melalui beberapa tahapan. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan kondisi masing-masing variabel penelitian. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan regresi yang digunakan adalah $Y = a + bX + e$, dengan Y sebagai kepuasan pelanggan dan X sebagai ketepatan waktu pengiriman. Signifikansi pengaruh diuji menggunakan uji t , sedangkan uji F digunakan untuk melihat signifikansi model secara keseluruhan. Selanjutnya, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi ketepatan waktu pengiriman dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan. Pengambilan keputusan hipotesis menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian diperoleh dari pengolahan data kuesioner yang diberikan kepada 132 responden pelanggan PT. X. Berdasarkan statistik deskriptif, variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X) memperoleh nilai minimum 2, maksimum 5, nilai rata-rata sebesar 4,05, dan standar deviasi sebesar 0,682. Nilai rata-rata tersebut berada pada interval 3,41–4,20 sehingga termasuk dalam kategori tinggi. Sementara itu, variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memperoleh nilai minimum 2, maksimum 5, nilai rata-rata sebesar 4,12, dan standar deviasi sebesar 0,615, yang juga termasuk kategori tinggi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa secara umum pelanggan memberikan penilaian positif terhadap ketepatan waktu pengiriman dan kepuasan atas pelayanan PT. X.

Tingginya nilai rata-rata ketepatan waktu pengiriman menunjukkan bahwa pelanggan secara umum menilai PT. X telah mampu memenuhi jadwal pengiriman yang dijanjikan. Penilaian tersebut berkaitan dengan beberapa aspek, yaitu kesesuaian waktu kedatangan barang dengan estimasi, konsistensi perusahaan dalam memenuhi jadwal pengiriman, rendahnya frekuensi keterlambatan, serta kejelasan dan ketepatan informasi mengenai estimasi waktu kedatangan. Dengan demikian, ketepatan waktu tidak hanya berkaitan dengan barang yang sampai sesuai jadwal, tetapi juga menyangkut konsistensi perusahaan dalam memberikan kepastian kepada pelanggan selama proses distribusi. Kondisi tersebut menjadi semakin penting pada pelanggan korporat karena keterlambatan dapat mengganggu aktivitas distribusi dan rantai pasok serta berpotensi menurunkan kepercayaan terhadap perusahaan penyedia jasa logistik.

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh 12 butir pernyataan variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X) memiliki nilai r -hitung

lebih besar daripada r-tabel sebesar 0,444. Nilai r-hitung terendah adalah 0,458 dan tertinggi 0,781. Demikian pula, seluruh 12 butir pernyataan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai r-hitung di atas 0,444, dengan nilai terendah 0,500 dan nilai tertinggi 0,803. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada kedua variabel dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

Hasil pengujian reliabilitas juga menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik. Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,856, sedangkan variabel Kepuasan Pelanggan memperoleh nilai 0,858. Kedua nilai tersebut lebih besar daripada batas 0,70 sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Nilai alpha yang berada di atas 0,80 menunjukkan bahwa item-item pernyataan yang digunakan memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Oleh karena itu, data yang diperoleh melalui instrumen penelitian dapat digunakan untuk melanjutkan analisis hubungan dan pengaruh antara ketepatan waktu pengiriman dengan kepuasan pelanggan.

Pengujian asumsi sebelum regresi menunjukkan bahwa residual penelitian berdistribusi normal dengan nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, sehingga asumsi normalitas terpenuhi. Pengujian linearitas menunjukkan nilai signifikansi pada komponen *Linearity* sebesar $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan adanya hubungan linear antara Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kepuasan Pelanggan. Namun, terdapat hal yang perlu diperhatikan pada hasil uji heteroskedastisitas. Uji Glejser menghasilkan nilai signifikansi 0,008. Berdasarkan kriteria yang juga dituliskan dalam file, nilai signifikansi $< 0,05$ sebenarnya menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas. Akan tetapi, naskah skripsi menyimpulkan sebaliknya karena terdapat kekeliruan pada interpretasi nilai tersebut. Karena itu, bagian ini sebaiknya diperbaiki sebelum artikel diterbitkan agar interpretasi hasil statistik konsisten dengan kriteria pengujiannya.

Hasil analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan $Y = 21,877 + 0,661X$. Nilai konstanta sebesar 21,877 menunjukkan bahwa ketika variabel Ketepatan Waktu Pengiriman dianggap konstan pada nilai nol, nilai dasar Kepuasan Pelanggan diperkirakan sebesar 21,877. Sementara itu, koefisien regresi sebesar 0,661 menunjukkan arah hubungan yang positif. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada Ketepatan Waktu Pengiriman diikuti dengan peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,661 satuan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan PT. X dalam memenuhi ketepatan waktu pengiriman, semakin tinggi pula kecenderungan kepuasan pelanggan yang diperoleh.

Hasil uji t semakin memperkuat temuan tersebut. Nilai t-hitung variabel Ketepatan Waktu Pengiriman sebesar 9,353 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, ketepatan waktu pengiriman terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. X. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak terdapat pengaruh signifikan ditolak, sedangkan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu merupakan salah satu aspek pelayanan yang secara nyata berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Hasil tersebut juga konsisten dengan penelitian Putra dan Bahrin (2023), yang menemukan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia. Penelitian tersebut juga melaporkan pengaruh positif dan signifikan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil uji F menunjukkan nilai F-hitung sebesar 87,481 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan dan mampu menjelaskan hubungan antara Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, model regresi linear sederhana yang dibangun dalam penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan. Temuan tersebut memperkuat hasil uji t bahwa peningkatan ketepatan waktu pengiriman memiliki hubungan yang signifikan dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Hasil ini juga memiliki kesesuaian dengan penelitian Putra dan Bahrin (2023), yang menemukan bahwa ketepatan waktu pengiriman bersama variabel kualitas pelayanan dan fasilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Meskipun pengaruhnya signifikan, nilai R sebesar 0,230 menunjukkan bahwa hubungan antara Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kepuasan Pelanggan tergolong lemah. Nilai R Square sebesar 0,053 menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman hanya mampu menjelaskan 5,3% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 94,7% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa ketepatan waktu memang merupakan faktor yang signifikan, tetapi bukan satu-satunya faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan PT. X. Faktor lain yang kemungkinan berperan antara lain kualitas pelayanan, kondisi barang saat diterima, harga atau biaya, responsivitas dalam menangani keluhan, kualitas komunikasi, keandalan layanan, serta fleksibilitas perusahaan dalam menghadapi perubahan kebutuhan pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. X, tetapi besarnya kontribusi variabel tersebut relatif kecil. Temuan ini memberikan perspektif yang lebih komprehensif dibandingkan sekadar menyatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan. Pada konteks pelanggan korporat, khususnya perusahaan yang memiliki aktivitas produksi dan rantai pasok yang kompleks, kepuasan kemungkinan terbentuk dari kombinasi berbagai dimensi layanan. Hasil penelitian ini secara umum sejalan dengan Putra dan Bahrin (2023), tetapi juga memperlihatkan bahwa temuan dapat berbeda menurut karakteristik pelanggan dan objek penelitian. Hal tersebut didukung oleh Rizki et al. (2024), yang menemukan bahwa ketepatan waktu pengiriman merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Ninja Xpress di Payakumbuh, sementara Sitompul et al. (2023) menemukan hasil yang berbeda dalam konteks J&T Express Jember, sehingga karakteristik objek, pelanggan, dan model layanan dapat memengaruhi besarnya pengaruh ketepatan waktu.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penerapan teknologi GPS Tracking berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketepatan waktu pengiriman barang pada PT Agung Jasa Logistik. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin baik teknologi GPS Tracking diterapkan dan dimanfaatkan dalam aktivitas operasional, semakin baik pula kemampuan perusahaan dalam mendukung ketepatan waktu pengiriman. Pengaruh tersebut dapat dipahami melalui fungsi GPS Tracking dalam menyediakan informasi perjalanan kendaraan secara aktual yang selanjutnya dapat digunakan untuk monitoring, koordinasi, pengawasan, deteksi potensi keterlambatan, dan tindakan korektif. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa GPS Tracking sebaiknya tidak diposisikan hanya sebagai alat untuk mengetahui posisi kendaraan, tetapi sebagai instrumen pengendalian operasional berbasis informasi. Meskipun demikian, ketepatan waktu pengiriman tetap dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, seperti kondisi lalu lintas, karakteristik rute, kondisi kendaraan, proses pemuatan, cuaca, dan koordinasi operasional. Oleh karena itu, pemanfaatan GPS Tracking perlu diintegrasikan dengan pengelolaan operasional yang responsif agar manfaat teknologi terhadap kinerja distribusi dapat dioptimalkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada Universitas Panca Sakti Bekasi, dosen pembimbing, seluruh dosen Program Studi Manajemen, serta pihak PT. X yang telah memberikan kesempatan dan informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner, serta kepada keluarga dan semua pihak yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, dan doa hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang sebaik-baiknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bintang, A., Purnomo, A., & Lestiani, M. E. (2026). Logistics service cost as a moderator of the effects of real-time tracking and delivery timeliness on Shopee customer satisfaction. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 8(3). <https://doi.org/10.24256/kharaj.v8i3.11956>
- Erlangga, A. Y., & Prabowo, R. (2021). Pengaruh ketepatan waktu dan keamanan barang terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa ekspedisi J&T Cargo Cabang Medan. *Jurnal Widya*, 2(3), 142–155. <https://jurnal.amikwidyaloka.ac.id/index.php/widya/article/view/112>
- Fitriyani, A. E., & Mokodompit, E. A. (2025). Market delivery model untuk cost efficiency terhadap customer satisfaction in logistics di Indonesia: Tinjauan

- literatur. *GEMILANG Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 6(1). <https://doi.org/10.56910/gemilang.v6i1.3432>
- Hidayat, N. S., Lestari, R., Rachmadini, A., & Khaidah, N. (2025). The effect of service quality and delivery timeliness on customer satisfaction Sicepat Express Penggilingan in 2023. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 6(6). <https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i6.8534>
- Juniantara, I. K. A., Sugianingrat, I. A. P. W., & Puja, I. M. S. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen pada PT. Amanah Abadi Bali di Denpasar. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 4(1). <https://doi.org/10.32795/vol4wamrtno1th24>
- Kaligis, J. N., Satmoko, N. D., Tahapary, G. H., Tawil, M. R., & Kusnadi, I. H. (2024). The effect of timely delivery on customer satisfaction with service quality as a moderating variable. *INNOVATIVE Journal of Social Science Research*, 4(3), 966–974. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10478>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Pradini, J. (2023). The influence of service quality and timeliness of delivery on customer satisfaction at the Sicepat Express delivery service in Johar Baru, Central Jakarta. *Logistica: Journal of Logistic and Transportation*, 1(1). <https://doi.org/10.61978/logistica.v1i1.156>
- Putra, K. G., & Bahrun, K. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada pelanggan PT. Pos Indonesia). *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, 4(1), 44–51. <https://doi.org/10.61567/jmmib.v4i1.156>
- Ricardianto, P., Kurniawan, I., Ikawati, I., Gutomo, T., Sijabat, E. A. S., Mahadita, A., Kusuma, I. G. N. A. E. T., Tursilarini, T. Y., Murtiwidayanti, S., & Endri, E. (2023). Service quality and timeliness: Empirical evidence on the parcel delivery service in Indonesia. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(4), 1755–1766. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.7.004>
- Rizki, H., Desri, S., Hasanah, L. A. N., & Ihsan, M. (2024). Analisis pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Ninja Expres Kota Payakumbuh. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(2), 526–539. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v11i2.2552>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.
- Siburian, W., & Kartika, L. N. (2021). Pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express di Perawang. *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Immanuel*.
- Sitompul, S. C., Sulaksono, H., & Sauqi, A. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga, ketepatan waktu pengiriman dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan J&T Express Jember. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika*, 3(2), 15–26. <https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v3i2.682>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.