
Academia Open



By Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Table Of Contents

Journal Cover	1
Author[s] Statement.....	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article.....	5
Title page.....	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

Academia Open

Vol. 11 No. 2 (2026): December
DOI: 10.21070/acopen.11.2026.13856

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

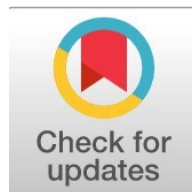
Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Synergy of Service Quality, Delivery Timeliness, and Tracking System Facilities in Enhancing Customer Satisfaction (A Case Study of JNE Express Bojonegoro Branch): Sinergi antara Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Fasilitas Sistem Pelacakan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Kantor Cabang JNE Express Bojonegoro)

Muhammad Falihul Royhan, 21042010261@student.upnjatim.ac.id (*)

UPN Veteran Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

Yanda Bara Kusuma, yanda_bara.adbis@upnjatim.ac.id

UPN Veteran Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

(*) Corresponding author

Abstract

General Background: Logistics companies must maintain customer satisfaction amid digital commerce growth and intense courier competition. **Specific Background:** JNE Express Bojonegoro faces pressure from competitors, declining Top Brand Index performance, and rising consumer expectations for reliable delivery and digital tracking. **Knowledge Gap:** The combined role of service quality, delivery timeliness, and tracking system facilities required empirical testing in the Bojonegoro branch context. **Aims:** This study analyzes the simultaneous and partial relationships between service quality, delivery timeliness, tracking system facilities, and customer satisfaction. **Results:** Using a quantitative associative approach, data from 100 purposively selected respondents were analyzed through multiple linear regression with SPSS 25. The F-test showed that all three variables significantly related to customer satisfaction, with $F = 40.596$ and significance 0.000 . Partial testing also showed positive significant results for service quality, delivery timeliness, and tracking system facilities. The model produced $R = 0.961$ and $R\text{ Square} = 0.924$, meaning 92.4% of customer satisfaction variation was explained by the three variables. **Novelty:** This study integrates human service performance and digital tracking reliability in a local logistics service model. **Implications:** JNE Bojonegoro should prioritize responsive service, punctual delivery, and accurate user-friendly tracking.

Highlights:

- The regression model explained 92.4% of outcome variation.
- All tested variables showed positive significant results.
- Digital transparency and punctuality supported user trust.

Keywords: Service Quality, Delivery Timeliness, Tracking System, Customer Satisfaction, JNE Express.

Published date: 2026-07-20

Pendahuluan

Di era globalisasi dan digitalisasi yang semakin masif, sektor logistik memegang peranan vital dalam menggerakkan roda perekonomian nasional. Perkembangan pesat e-commerce di Indonesia telah mengubah pola konsumsi masyarakat yang semula konvensional menjadi serba digital. Pada masa saat ini, pola konsumsi masyarakat serba digital menjadi bagian dari rutinitas harian, didorong oleh efisiensi waktu, kemudahan akses, serta fleksibilitas transaksi. e-commerce berkembang pesat sebagai bagian dari transformasi seluruh aktivitas ekonomi yang kini semakin berbasis pada teknologi digital, dengan platform seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop menunjukkan tren peningkatan volume transaksi dalam skala nasional.

Menurut data Bank Indonesia, nilai transaksi e-commerce meningkat dari Rp 205,5 triliun pada 2019 menjadi Rp 487,01 triliun pada 2024, dengan lonjakan terbesar terjadi pada 2021 sebesar 50,7% dibanding tahun sebelumnya. Kondisi ini mendorong sektor logistik untuk dapat bergerak lebih masif sehingga dapat bertumbuh seiring dengan besarnya transformasi perilaku konsumen menuju ekosistem digital.

Di sisi lain, kondisi di lapangan menunjukkan adanya tantangan yang cukup berlawanan. Data *Logistics Performance Index* (LPI) tahun 2023 memperlihatkan bahwa kinerja logistic Indonesia mengalami penurunan yang signifikan, dari posisi 46 pada tahun 2018 menjadi peringkat 63. Penurunan tersebut terjadi pada beberapa indikator penting, di antaranya ketepatan pengiriman (*timeliness*) serta kemampuan sistem pelacakan barang (*tracking and tracing*). Situasi ini menunjukkan bahwa Perusahaan jasa kurir perlu melakukan evaluasi yang lebih menyeluruh terhadap kualitas operasionalnya agar kepercayaan Masyarakat tetap terjaga. Hal tersebut dirasakan oleh hampir seluruh perusahaan logistik yang ada di Indonesia tanpa terkecuali JNE Express.

JNE Express sebagai salah satu pemimpin pasar yang secara konsisten mempertahankan dominasinya di *Top Brand Index*, menghadapi persaingan yang semakin ketat [1]. Data *Top Brand Award* menunjukkan bahwa meskipun JNE masih unggul, kompetitor seperti J&T Express terus membayangi dengan pertumbuhan yang agresif.

Tabel 1. Top Brand Index Logistic 2022-2024

MEREK	2022		2023		2024	
	TBI	TOP	TBI	TOP	TBI	TOP
J&T	23,1%	TOP	33,3%	TOP	50,9%	TOP
JNE	39,3%	TOP	29,1%	TOP	11,5%	TOP
TIKI	11,1%	TOP	10,6%	TOP	10,2%	TOP
POS INDONESIA	8,5%	-	7,3%	-	9,4%	-
DHL	6,9%	-	7,2%	-	4,1%	-

Indikator Top Brand Index digunakan sebagai alat ukur untuk melihat tingkat keberhasilan suatu merek dalam persaingan pasar. Agar dapat dikategorikan sebagai peraih TBI, sebuah merek harus memperoleh nilai minimal 10 persen. Sementara itu, tiga merek dengan peringkat tertinggi dalam hasil survei akan memperoleh penghargaan Top Brand Award (TOP). Berdasarkan data yang tersedia, JNE Express pernah menempati posisi teratas dalam daftar Top Brand Index sebelum akhirnya posisinya digeser oleh J&T pada tahun 2023 dan 2024. Perubahan peringkat ini kemudian memunculkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya pergeseran tersebut. Berdasarkan data Top Brand Index 2022–2024, JNE mengalami penurunan drastis dari posisi teratas (39,3%) pada 2022 menjadi hanya 11,5% pada 2024. Sebaliknya, J&T mengalami peningkatan dari 23,1% menjadi 50,9%. Perubahan ini mengindikasikan adanya pergeseran kepercayaan konsumen terhadap kualitas layanan yang ditawarkan oleh JNE dibanding kompetitornya.

Kualitas pelayanan tidak hanya dilihat dari satu aspek tunggal, tetapi dibangun melalui beberapa elemen penting seperti konsistensi dalam memenuhi janji layanan, kecepatan dalam merespons kebutuhan pelanggan, kemampuan memberikan rasa aman dan kepercayaan, perhatian yang bersifat personal, serta dukungan fasilitas fisik yang memadai [2]. Ketika unsur-unsur tersebut berjalan secara terpadu, pelanggan cenderung membentuk penilaian yang positif terhadap perusahaan. Persepsi yang baik ini kemudian berkontribusi pada meningkatnya loyalitas serta memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan pasar menurut Dewantoro et al. [3].

Lebih lanjut, Kurniawan et al. [4] menjelaskan bahwa orientasi layanan memiliki hubungan yang erat dengan orientasi pasar, meskipun keduanya memiliki fokus yang berbeda. Orientasi layanan lebih menitikberatkan pada

bagaimana organisasi merancang dan menerapkan praktik, kebijakan, serta prosedur pelayanan dalam operasional sehari-hari. Sementara itu, kualitas pelayanan berangkat dari pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan dan diukur berdasarkan bagaimana pelanggan memaknai pengalaman layanan yang mereka terima.

Selain itu, perusahaan harus mematuhi ketepatan waktu pengiriman karena reputasi perusahaan dapat dipengaruhi oleh pelayanan yang lambat dan masyarakat umum yang memperhatikan kinerjanya. Ketepatan waktu pengiriman adalah pemenuhan estimasi waktu yang dijanjikan dari transaksi dilakukan hingga barang diterima oleh pelanggan. Elemen ini menjadi indikator utama efisiensi operasional. Fasilitas tracking system adalah sistem teknologi informasi yang memungkinkan pelanggan memantau status pengiriman barang secara digital. Fitur ini menjadi solusi untuk menjawab ketidakpastian, memperkuat kepercayaan, serta memberikan transparansi dalam proses pengiriman. Studi sebelumnya mencatat bahwa 59,4% konsumen memilih layanan pengiriman berdasarkan kecepatan pengiriman, 43,3% karena kemudahan sistem pelacakan, dan 34,9% mempertimbangkan biaya. Oleh karena itu, perusahaan dituntut memperkuat tiga aspek utama: peningkatan kualitas pelayanan, optimalisasi waktu pengiriman, serta pengembangan sistem pelacakan digital yang akurat dan user-friendly.

Ketiga hal tersebut merupakan beberapa aspek yang diperhatikan dalam konteks persaingan jasa ekspedisi. Dalam konteks persaingan jasa ekspedisi di Bojonegoro, JNE Express memiliki posisi tawar yang kuat berkat jaringan titik layanan (*drop point*) yang sangat luas hingga menjangkau pelosok kecamatan. Keunggulan ini didukung oleh citra merek yang sudah lama terbentuk di masyarakat sebagai pelopor jasa pengiriman swasta. Di sisi lain, JNE seringkali dihadapkan pada prosedur operasional yang bersifat birokratis.

Perusahaan kompetitor seperti J&T memiliki keterbatasan dalam hal sebaran titik layanan fisik yang tidak sepadat JNE di wilayah pedesaan Bojonegoro, serta seringnya muncul keluhan terkait aspek keamanan penanganan paket karena tekanan target kecepatan yang sangat tinggi. Di sisi lain, munculnya perusahaan kompetitor lainnya seperti Shopee Express memberikan tantangan baru melalui strategi integrasi vertikal. Dengan menghubungkan jasa pengiriman langsung ke dalam ekosistem marketplace, mereka mampu menawarkan biaya pengiriman yang sangat kompetitif melalui subsidi ongkir [5].

Munculnya kompetitor baru seperti *Shopee Express* yang terintegrasi secara vertikal dengan ekosistem lokapasar (*marketplace*) menciptakan tantangan baru melalui strategi subsidi ongkos kirim yang sangat kompetitif. Dinamika ini memaksa JNE Express Cabang Bojonegoro untuk tidak sekadar mengandalkan luasnya jaringan fisik, tetapi juga harus mampu menawarkan nilai tambah yang lebih substansial. Di tengah tren pergeseran pilihan konsumen ke layanan yang lebih ekonomis, efektivitas operasional dan kualitas pengalaman pelanggan menjadi faktor penentu dalam mempertahankan loyalitas.

Keunggulan JNE dalam jangkauan layanan tingkat kecamatan akan menjadi tidak relevan jika tidak dibarengi dengan keandalan di setiap titik sentuh layanan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan sistem pengawasan fasilitas berfungsi untuk mengimbangi tekanan harga dari kompetitor. Melalui kajian ini, diharapkan dapat terungkap sejauh mana ketiga variabel tersebut mampu menjaga ambang batas Kepuasan Pelanggan JNE Express Cabang Bojonegoro di tengah lanskap industri logistik yang semakin kompetitif dan terdigitalisasi.

Literatur

Kepuasan pelanggan adalah respons afektif atau perasaan yang muncul setelah pelanggan membandingkan kinerja aktual dengan ekspektasi awal. Kepuasan pelanggan, menurut Tjiptono & Chandra [6], didefinisikan sebagai ulasan setelah pembelian di mana persepsi pelanggan tentang kinerja layanan memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi. Karena layanan yang intangible sangat bergantung pada pengalaman pribadi pelanggan, kepuasan pelanggan sangat penting dalam industri jasa kurir. Sebaliknya, kepuasan pelanggan sangat penting untuk membangun loyalitas pelanggan dan citra positif perusahaan di masyarakat [3]. Di tengah persaingan pasar yang dinamis, tingkat retensi pelanggan akan cenderung stabil jika bisnis dapat menyesuaikan standar operasional dengan kebutuhan pelanggan.

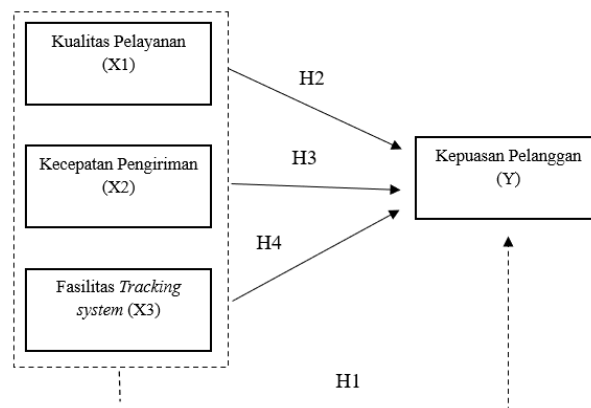
Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan secara konsisten dikenal sebagai kualitas pelayanan. Sugiyono [7] menjelaskan bahwa meskipun kualitas layanan jasa tidak dapat diukur secara langsung sebelum pelanggan menggunakannya, mereka dapat diidentifikasi melalui lima faktor utama: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Konsep ini erat kaitannya dengan orientasi pasar, di mana kualitas pelayanan harus bermula dari identifikasi kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi positif mereka menurut Kurniawan et al., [2]. Pada operasional JNE Express, kualitas pelayanan tercermin dari profesionalisme petugas loket dalam melayani transaksi serta kemampuan perusahaan dalam memberikan solusi yang responsif terhadap setiap keluhan yang diajukan oleh pelanggan.

Ketepatan waktu pengiriman merupakan kemampuan perusahaan penyedia jasa ekspedisi untuk mendistribusikan barang sesuai dengan estimasi waktu (*lead time*) yang telah dijanjikan sejak transaksi dilakukan hingga barang diterima oleh pelanggan. Elemen ini merupakan indikator utama dari efisiensi operasional dan menjadi standar krusial dalam industri logistik. Mengingat karakter masyarakat saat ini yang sangat memperhitungkan efisiensi waktu, keterlambatan sekecil apa pun dapat berdampak pada penurunan citra perusahaan secara signifikan. Ketepatan waktu bukan hanya sekadar kecepatan, melainkan mengenai konsistensi dan reliabilitas perusahaan dalam memenuhi janji layanannya sesuai dengan apa yang diungkapkan Maslikhan et al., [8]. Oleh karena itu, ketepatan waktu menjadi salah satu tekanan kompetitif yang wajib dipenuhi oleh perusahaan logistik guna mempertahankan kepercayaan masyarakat luas.

Fasilitas tracking system adalah sistem teknologi informasi berbasis digital yang memungkinkan pelanggan untuk memantau status dan posisi pengiriman barang secara real-time. Fitur ini hadir sebagai solusi untuk menjawab ketidakpastian informasi serta memberikan transparansi penuh dalam proses pengiriman dari titik asal ke titik tujuan. Dalam era ekonomi digital, sistem pelacakan bukan lagi sekadar fasilitas tambahan, melainkan kebutuhan primer bagi konsumen untuk mendapatkan rasa aman. Data menunjukkan bahwa kemudahan sistem pelacakan menjadi salah satu alasan utama konsumen dalam memilih layanan pengiriman [3]. Melalui sistem pelacakan yang akurat dan mudah diakses (*user-friendly*), perusahaan dapat mereduksi kekhawatiran pelanggan akan kehilangan atau kerusakan barang, sekaligus memperkuat kredibilitas layanan secara keseluruhan.

Ditemukannya beberapa keterkaitan variabel diatas maka hubungan antara variabel terbentuk dalam sebuah model kerangka berpikir yang diajukan oleh peneliti untuk memudahkan dalam pemahaman hubungan antar variabel pada penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir Figure 1. di yang telah dipaparkan sebelumnya, hipotesis yang diajukan peneliti sebagai berikut:

1. H1: Kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas tracking system secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Express Cabang Bojonegoro.
2. H2: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Express Cabang Bojonegoro.
3. H3: Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Express Cabang Bojonegoro.
4. H4: Fasilitas tracking system berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Express Cabang Bojonegoro.

Metode

Penelitian ini menerapkan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penggunaan pendekatan ini bertujuan untuk mendeteksi serta menganalisis adanya keterkaitan maupun pengaruh antarvariabel melalui pengujian angka secara statistik. Menurut Sugiyono[5], penelitian asosiatif digunakan untuk mengukur sejauh mana hubungan atau dampak yang dihasilkan oleh dua variabel atau lebih. Dalam model penelitian ini, variabel independen (X) mencakup Kualitas Pelayanan (X₁), Ketepatan Waktu Pengiriman (X₂), serta Fasilitas Tracking System (X₃). Sementara itu, variabel dependen (Y) dalam kajian ini adalah Kepuasan Pelanggan. Tujuan utama dari pengumpulan data ini adalah untuk menelaah pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman,

dan Fasilitas Tracking System secara simultan (bersama-sama) maupun parsial (individu) terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Express Cabang Bojonegoro.

Metode ini diharapkan dapat menentukan faktor mana yang berkontribusi terbesar terhadap kepuasan pengguna jasa. Data primer yang dikumpulkan dari responden digunakan dalam penelitian ini. Jumlah sampel yang diambil menggunakan teknik purposive sampling karena populasi pelanggan JNE di wilayah Bojonegoro tidak dapat dipastikan secara keseluruhan (populasi yang tidak diketahui). Kriteria pengambilan sampel termasuk pelanggan yang telah menggunakan jasa pengiriman minimal dua kali, dan jumlah responden adalah 100 orang. Untuk mendapatkan data berskala interval yang valid, instrumen kuesioner digital digunakan, yang diukur menggunakan Skala Likert. Studi ini menggunakan uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda.

Untuk memastikan bahwa model regresi yang dihasilkan memenuhi kriteria Best Linear Unbiased Estimator (BLUE), yang mencakup uji normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan autokorelasi, uji asumsi klasik dilakukan. Selanjutnya, analisis regresi linear berganda digunakan untuk menduga bagaimana pengaruh variabel independen memengaruhi variabel dependen. Uji F dan uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel independen secara keseluruhan dan secara mandiri terhadap variabel dependen.

Hasil dan Pembahasan

Berikut ini adalah hasil penelitian yang diperoleh dari analisis menggunakan SPSS, yaitu:

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	301,972	3	100,657	40,596	,000 ^b
	Residual	238,080	96	2,480		
	Total	540,052	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Fasilitas Tracking System, Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman						

Tabel 3. Hasil Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,360	,963		,375	,712		
	Kualitas Pelayanan	,315	,081	,388	3,946	,000	,178	5,629
	Ketepatan Waktu Pengiriman	,251	,085	,289	2,898	,000	,173	5,797
	Fasilitas Tracking System	,396	,079	,348	5,039	,000	,360	2,774
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan								

Table 4. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,961 ^a	,924	,919	1,299	1,844
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Fasilitas Tracking System					
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

1. Uji T

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan JNE Express Cabang Bojonegoro dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, serta keandalan sistem pelacakan. Uji t menunjukkan seluruh variabel memiliki koefisien regresi positif dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel, sehingga seluruh hipotesis (H1, H2, dan H3) diterima. Temuan ini menegaskan bahwa keramahan dan kecepatan layanan, ketepatan waktu distribusi, serta sistem pelacakan yang akurat dan mudah digunakan berperan penting dalam meningkatkan rasa percaya dan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas tracking system masing-masing memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan JNE Express Cabang Bojonegoro.

2. Uji F

Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas pengawasan sistem secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan JNE Express Cabang Bojonegoro. Kekuatan hubungan tersebut tergolong sangat kuat dengan nilai R sebesar 0,961, sedangkan nilai R² sebesar 0,924 menunjukkan bahwa 92,4% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, dan sisanya 7,6% dipengaruhi faktor lain di luar model. Meskipun pengaruh masing-masing variabel berbeda secara parsial, kualitas pelayanan terbukti menjadi faktor yang paling dominan, sehingga peningkatan kecepatan dan keramahan layanan perlu menjadi prioritas dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Studi ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan JNE Express Cabang Bojonegoro sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan [9]. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan sebanding dengan kualitas layanan. Salah satu aspek yang sangat menentukan dalam industri jasa pengiriman adalah kualitas pelayanan, karena hal tersebut berkaitan langsung dengan pengalaman pelanggan Ketika berinteraksi dengan Perusahaan.

Kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai kemampuan suatu organisasi dalam memberikan layanan yang mampu memenuhi, bahkan melebihi, harapan pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah ditetapkan [10]. Pandangan tersebut menunjukkan bahwa Tingkat kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana layanan yang diberikan mampu selaras dengan harapan yang dimiliki pelanggan.

Selaras dengan itu, kualitas pelayanan juga dipahami sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam memberikan layanan yang konsisten dan berkelanjutan guna memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen secara berkesinambungan menurut Kotler & Keller [11]. Dengan demikian, kualitas pelayanan tidak hanya berorientasi pada pemenuhan ekspektasi jangka pendek, tetapi juga pada upaya mempertahankan standar mutu layanan dalam jangka panjang.

Dalam konteks JNE Express Cabang Bojonegoro, kualitas pelayanan dapat dilihat dari kondisi di lapangan ketika pelanggan datang ke kantor untuk mengirim atau mengambil paket dan langsung dilayani oleh petugas yang sigap, ramah, serta mampu memberikan penjelasan yang jelas terkait prosedur pengiriman, estimasi waktu sampai, maupun biaya yang dikenakan. Pelayanan yang cepat dan informatif tersebut membuat pelanggan merasa diperhatikan, sehingga kebutuhan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi dengan baik. Selain itu, sikap karyawan yang profesional, seperti kesediaan membantu pelanggan mengecek status paket melalui sistem tracking serta menangani keluhan keterlambatan dengan sopan dan solutif, turut menciptakan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan.

4. Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini memperkuat hipotesis bahwa tingkat kepuasan pelanggan JNE Express Cabang Bojonegoro dipengaruhi secara signifikan oleh ketepatan waktu pengiriman. Temuan tersebut menunjukkan bahwa

kemampuan perusahaan dalam mengantarkan paket sesuai dengan estimasi waktu yang telah dijanjikan menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Ketika pengiriman dapat dilakukan tepat waktu, pelanggan akan menilai bahwa Perusahaan mampu menepati komitmen layanan yang diberikan. Kondisi ini pada akhirnya dapat meningkatkan rasa percaya serta kepuasan pelanggan terhadap penggunaan jasa pengiriman tersebut.

Sejalan dengan temuan tersebut, Firman dan Anggraini [12] menyatakan bahwa konsistensi dalam menjaga ketepatan waktu pengiriman dapat memperkuat persepsi profesionalisme dan kredibilitas perusahaan, hal ini turut memberikan dampak positif terhadap citra merek perusahaan di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Dalam industri jasa pengiriman yang persaingan semakin ketat, ketepatan waktu menjadi salah satu indikator utama dalam menilai keandalan layanan [13]. Pelanggan umumnya lebih memilih perusahaan yang mampu menjaga konsistensi waktu pengiriman karena aspek tersebut berkaitan langsung dengan kebutuhan dan kepentingan mereka, terutama bagi pelanggan yang mengirimkan barang untuk keperluan bisnis maupun kebutuhan yang bersifat mendesak. Oleh karena itu, ketepatan waktu pengiriman memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan aspek layanan lainnya dalam membentuk kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh Fasilitas Sistem Pelacakan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas pengawasan sistem memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan JNE Express Cabang Bojonegoro. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberadaan sistem pelacakan yang informatif dan transparan mampu memberikan rasa aman serta meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan pengiriman. Dengan adanya kepastian mengenai status dan posisi paket, pelanggan merasa lebih tenang dan yakin bahwa proses pengiriman berjalan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Lovelock dan Wirtz [14] yang menyatakan bahwa transparansi informasi dan kemudahan akses layanan merupakan bagian penting dari kualitas layanan jasa yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, Tjiptono dan Chandra [3] menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dalam layanan jasa, seperti sistem pelacakan, berperan dalam mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan.

Dalam konteks JNE Express Cabang Bojonegoro, penerapan fasilitas tracking system telah dilakukan melalui berbagai media, seperti aplikasi resmi, website, serta notifikasi status pengiriman. Sistem ini memungkinkan pelanggan untuk memantau proses pengiriman secara mandiri tanpa harus selalu menghubungi customer service. Dengan demikian, potensi kecemasan dan keluhan akibat keterlambatan atau ketidaktahuan status paket dapat diminimalkan, sementara efisiensi operasional perusahaan juga meningkat karena beban kerja petugas layanan menjadi lebih ringan.

Dalam jangka panjang, pemanfaatan tracking system yang optimal tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat loyalitas serta citra perusahaan. Di era digital, pelanggan menuntut layanan yang cepat, akurat, dan transparan berbasis teknologi. Oleh karena itu, JNE Express perlu terus mengembangkan sistem pelacakan yang lebih responsif, akurat, dan terintegrasi agar mampu memenuhi kebutuhan serta ekspektasi pelanggan yang semakin tinggi.

6. Pengaruh Bersamaan Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Fasilitas Sistem Pelacakan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, secara bersamaan, kualitas layanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas pengawasan sistem memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE Express Cabang Bojonegoro. Dengan nilai R Square sebesar 92,4%, hasil ini menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut bertanggung jawab atas sebagian besar variasi kepuasan pelanggan. Faktor lain di luar model, seperti harga layanan, promosi, dan citra merek, memberikan pengaruh sebesar 7,6%.

Selain itu, temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan dalam industri logistik dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan, ketepatan waktu distribusi, dan keandalan sistem pelacakan [15], yang menekankan betapa pentingnya sinergi antara kualitas interaksi layanan dan elemen operasional untuk membangun kepercayaan dan persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan.

Meskipun faktor teknis dan operasional memegang peranan penting dalam industri jasa, faktor pendukung layanan seperti transparansi informasi dan pemanfaatan teknologi juga berkontribusi dalam meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Dalam hal jasa pengiriman, ketepatan waktu pengiriman, kualitas pelayanan, dan sistem pelacakan yang andal adalah komponen yang saling melengkapi yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan.

Simpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang menegaskan bahwa pelayanan yang andal, responsif, serta didukung oleh sikap karyawan yang ramah mampu membuat pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan, sehingga tingkat kepuasan meningkat secara nyata. Selain itu, ketepatan waktu pengiriman juga terbukti berpengaruh signifikan, yang menunjukkan bahwa pelanggan sangat memprioritaskan kemampuan perusahaan dalam memenuhi estimasi waktu pengiriman yang dijanjikan sebagai indikator utama keandalan layanan.

Di sisi lain, keberadaan fasilitas sistem pengawasan juga memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan semakin membutuhkan kemudahan dalam memperoleh informasi serta kejelasan mengenai proses pengiriman barang. Sistem pelacakan yang akurat dan mudah diakses mampu meminimalkan rasa khawatir maupun ketidakpastian pelanggan, karena mereka dapat mengetahui posisi dan perkembangan paket secara langsung. Dengan adanya transparansi tersebut, tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan JNE Express cenderung meningkat.

Secara keseluruhan, ketiga faktor tersebut memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan JNE Express Cabang Bojonegoro tidak hanya dipengaruhi oleh satu aspek saja, melainkan oleh beberapa faktor sekaligus, seperti kualitas interaksi petugas dengan pelanggan, ketepatan waktu dalam proses pengiriman, serta dukungan teknologi layanan berupa sistem pelacakan. Oleh sebab itu, JNE Express perlu menerapkan strategi pelayanan yang terintegrasi dengan terus meningkatkan mutu pelayanan, menjaga konsistensi waktu pengiriman, serta mengembangkan sistem pelacakan yang lebih akurat dan responsif agar dapat memenuhi harapan pelanggan.

References

1. Yusuf and Alfifto, "Timeliness and Tracking System Facilities on JNE Customer Satisfaction (Krakatau Medan Branch)," *J. Ilm. Manaj. Bisnis (JIMBI)*, vol. 5, no. 2, pp. 233–243, 2024. [Online]. Available: <https://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jimbi/article/view/5069>
2. S. Pratama, "Strategi Ekspansi Jasa Kurir dalam Memenangkan Pasar Pengiriman Cepat: Studi Komparatif J&T dan JNE," *J. Pemasaran Mod.*, vol. 12, no. 1, pp. 34–48, 2024. [Online]. Available: <https://journal.ui.ac.id/index.php/jpm>
3. D. Dewantoro, L. Aryani, and F. Marzuki, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Fasilitas Tracking Sistem terhadap Kepuasan Pelanggan JNE," in *Proc. BIEMA (Business, Informatic, Economics & Management) Conf.*, Jakarta, Indonesia, 2020, pp. 278–279. [Online]. Available: <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/viewFile/869/502>
4. F. T. Kurniawan et al., "Sustainable National Logistics Performance in Indonesia," *J. Inf. Syst. Eng. Manag.*, vol. 9, no. 2, Art. no. 23838, 2024, doi: 10.21601/jisem/14588.
5. H. D. Kurniawan, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian," *J. Ekobis Dewantara*, vol. 1, no. 4, pp. 73–82, 2018. [Online]. Available: <https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/395>
6. F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, 4th ed. Yogyakarta, Indonesia: Andi Offset, 2020.
7. Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta, 2020.
8. M. Maslikhan, M. R. Basamalah, and I. Athia, "Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus JNE Cabang Utama Malang)," *E-JRM: Elektron. J. Ris. Manaj.*, vol. 11, no. 15, 2022. [Online]. Available: <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/15668>
9. Paputungan, S. L. Mandey, and J. S. B. Sumarauw, "Analisis Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Pos Indonesia (Persero) Manado," *J. EMBA*, vol. 9, no. 3, pp. 1104–1113, 2021. [Online]. Available: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/35160>
10. S. W. Nasution and F. A. Nofirda, "Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pekanbaru (Studi Kasus pada J&T Express Payung Sekaki)," *J. Manaj., Ekon., dan Akunt. (MEA)*, vol. 7, no. 1, pp. 245–260, 2023, doi: 10.34208/jmea.v7i1.1782.
11. P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. London, U.K.: Pearson, 2019.
12. Firman and R. Anggraini, "Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan," *J. Ris. Manaj. Bisnis*, vol. 8, no. 1, pp. 55–68, 2023, doi: 10.32877/mb.v8i1.722.

13. Y. Erlangga and A. Prabowo, "Pengaruh Ketepatan Waktu dan Keamanan Barang terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Cargo Cabang Medan," *J. Widya*, vol. 2, no. 3, pp. 142–155, 2021. [Online]. Available: <https://jurnal.amikwidyaloka.ac.id/index.php/widya/article/view/112>
14. Lovelock and J. Wirtz, *Services Marketing: People, Technology, Strategy*, 9th ed. Singapore: World Scientific, 2022, doi: 10.1142/y0024.
15. E. Saribanon et al., "Consumer Trust in a Web-Based Tracking System at a Jakarta Logistics Company," *J. Manaj. Bisnis Transp. dan Logistik*, vol. 8, no. 2, pp. 115–124, 2022, doi: 10.54324/j.mbt.v8i2.1582.