

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Persepsi Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Kurir Makanan Kuririn Batam

Charina Dwi Puspita¹, Fandy Bestario Harlan²

Dwicharina17@gmail.com¹, Fandybestarioh@gmail.com²

Logistik Perdagangan Internasional¹, Logistik Perdagangan Internasional²

Politeknik Negeri Batam

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan persepsi tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan layanan kurir makanan Kuririn Batam. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kepuasan pelanggan dalam meningkatkan daya saing jasa pengiriman makanan serta perlunya mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada Kuririn Batam. Penelitian memakai pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 220 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis memakai metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi WarpPLS 8.0. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($\beta = 0,295$, $p < 0,05$), persepsi tarif pengiriman berpengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,606$, $p < 0,05$), sedangkan ketepatan waktu belum terbukti berpengaruh signifikan ($\beta = 0,052$, $p > 0,05$). Nilai R^2 sebesar 0,793 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan. Persepsi tarif pengiriman merupakan variabel dengan koefisien pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi Kuririn Batam dalam meningkatkan kualitas layanan dan menyusun kebijakan tarif pengiriman yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Persepsi Tarif Pengiriman, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of service quality, delivery timeliness, and shipping price perception on customer satisfaction with the Kuririn Batam food courier service. This study is motivated by the importance of customer satisfaction in enhancing the competitiveness of food courier services and the need to identify the factors influencing customer satisfaction at Kuririn Batam. This study employs a quantitative approach by distributing questionnaires to 220 respondents selected using purposive sampling. The data were analyzed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) method with WarpPLS 8.0.. The research results show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction ($\beta = 0.295$, $p < 0.05$) and shipping price perception has a positive and significant effect ($\beta = 0.606$, $p < 0.05$), whereas delivery timeliness was not found to have a significant effect ($\beta = 0.052$, $p > 0.05$). An R^2 value of 0.793 indicates that the research model has strong explanatory power for customer satisfaction. Shipping price perception emerged as the variable with the strongest influence on customer satisfaction. The results of this study are expected to serve as a reference for Kuririn Batam in improving service quality and formulating shipping pricing policies that align with customer expectations.

Keywords: Service Quality, Delivery Timeliness, Shipping Price Perception, Customer Satisfaction.

1. Pendahuluan

Pertumbuhan UMKM di Indonesia terus meningkat seiring perkembangan teknologi dan *e-commerce*. Di Provinsi Kepulauan Riau, Kota Batam memiliki jumlah UMKM terbanyak, yaitu 75.064 unit pada tahun 2022 (Siregar, 2024). Kondisi ini meningkatkan kebutuhan akan layanan jasa pengiriman yang andal untuk mendukung distribusi produk (Zahra *et al.*, 2022). Seiring meningkatnya penggunaan layanan pesan antar, kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan persepsi tarif pengiriman menjadi faktor yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan (Wijaya *et al.*, 2023).

Kuririn Batam merupakan jasa kurir makanan lokal yang melayani wilayah Kota Batam. Berdasarkan observasi awal dan wawancara pendahuluan, perusahaan masih menghadapi kendala operasional, seperti keterbatasan jumlah *driver* dan pengelolaan pesanan yang masih dilakukan secara manual. Kondisi tersebut tercermin pada data keluhan pelanggan selama September 2025-Februari 2026.

Tabel 1. Data Keluhan Pelanggan Periode September 2025-Februari 2026

No.	Jenis Keluhan	Jumlah Keluhan
1.	Kesalahan alamat pengiriman	7
2.	Kondisi barang rusak saat diterima	10
3.	Keterlambatan pengiriman	15
Total		32

Sumber: Kuririn Batam (2026)

Data tersebut menunjukkan bahwa Kuririn Batam masih menghadapi permasalahan, terutama keterlambatan pengiriman dan kondisi makanan saat diterima, yang berpotensi menimbulkan kesenjangan antara harapan pelanggan dengan layanan yang diterima (Danarkusuma *et al.*, 2024).

Penelitian Khurrohman & Junaidi (2023) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan persepsi tarif pengiriman. Namun, penelitian tersebut dilakukan pada perusahaan logistik berskala nasional atau platform *e-commerce* dengan sistem operasional yang lebih terstandarisasi. Sementara itu, Kuririn Batam masih mengandalkan pengelolaan pesanan secara manual dan memiliki jumlah *driver* terbatas sehingga karakteristik layanannya berbeda.

Selain itu, hasil penelitian mengenai pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan masih menunjukkan inkonsistensi. Beberapa penelitian menyatakan ketepatan waktu berpengaruh signifikan, sedangkan penelitian lain menunjukkan tidak berpengaruh signifikan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengaruh ketepatan waktu masih perlu diuji kembali pada konteks layanan kurir makanan lokal.

Berdasarkan kondisi tersebut, studi ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan persepsi tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan layanan Kuririn Batam serta mengidentifikasi variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Persepsi Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Kurir Makanan Kuririn Batam”.

2. Kajian Teori, Kajian Literatur, dan Hipotesis Penelitian

2.1 *Expectancy Disconfirmation Theory* (EDT)

Expectancy Disconfirmation Theory (EDT) yang dikembangkan oleh Oliver (1980) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari perbandingan antara harapan sebelum menggunakan produk atau jasa dengan kinerja yang dirasakan setelah penggunaan. Menurut Sugiman *et al.* (2024), teori ini terdiri atas empat elemen, yaitu *expectation*, *perceived performance*, *disconfirmation*, dan *satisfaction*. Kinerja yang sesuai atau melebihi harapan menghasilkan *positive disconfirmation* sehingga pelanggan merasa puas.

2.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan menyediakan layanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan (Rafmadini *et al.*, 2025). Dalam bisnis jasa, kualitas pelayanan berperan penting dalam membentuk pengalaman pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan akan mendorong kepuasan pelanggan Kuririn Batam.

2.3 Ketepatan Waktu

Ketepatan waktu adalah kemampuan perusahaan mengirimkan produk sesuai jadwal dan menjadi indikator penting kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan (Pristiyono *et al.*, 2024). Pada layanan pengiriman makanan, ketepatan waktu mempengaruhi kualitas makanan yang diterima. Kesesuaian waktu pengiriman dengan harapan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

2.4 Persepsi Tarif Pengiriman

Persepsi tarif pengiriman merupakan penilaian pelanggan terhadap kesesuaian antara tarif pengiriman dan nilai layanan yang dirasakan (Evitha *et al.*, 2025). Apabila tarif dipersepsikan sesuai dengan kualitas layanan, pelanggan cenderung merasa puas.

2.5 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian terhadap pengalaman menggunakan produk atau layanan berdasarkan kesesuaian antara kinerja yang dirasakan dengan harapan awal (Hapsari *et al.*, 2023). Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan persepsi tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan Kuririn Batam.

2.6 Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)

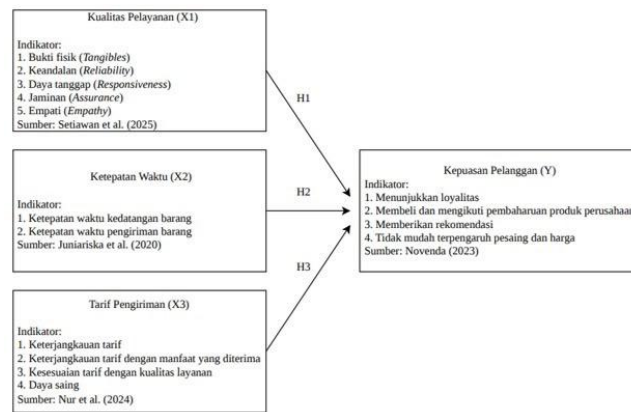
Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) adalah teknik analisis statistik berbasis varians yang digunakan dalam pengujian hubungan antara variabel laten (Rahadi, 2023). Pemilihan metode ini didasarkan pada kemampuannya dalam menguji hubungan antarvariabel yang diukur oleh beberapa indikator sekaligus mengevaluasi model pengukuran dan model struktural secara bersamaan.

2.7 Kajian Literatur

Penelitian Prasanti *et al.* (2023) menjadi rujukan utama karena menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Temuan serupa juga diperoleh Aurelia *et al.* (2023), Prasanti *et al.* (2023), Wijaya *et al.* (2023), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan serta persepsi tarif atau harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun, hasil penelitian mengenai pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan masih menunjukkan temuan yang beragam.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu, yaitu menggunakan variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu, persepsi tarif atau harga, dan kepuasan pelanggan serta pendekatan kuantitatif dengan metode SEM-PLS. Perbedaannya, penelitian terdahulu umumnya dilakukan pada perusahaan ekspedisi nasional, transportasi daring, *e-commerce*, restoran, dan sektor jasa lainnya, sedangkan penelitian ini berfokus pada layanan kurir makanan lokal, yaitu Kuririn Batam. Berdasarkan kajian tersebut, terdapat *research gap* berupa inkonsistensi hasil penelitian mengenai pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan serta masih terbatasnya penelitian yang mengintegrasikan kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan persepsi tarif pengiriman pada layanan kurir makanan lokal. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan persepsi tarif pengiriman terhadap kepuasan pelanggan Kuririn Batam.

2.8 Hipotesis Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian
Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Berdasarkan kerangka penelitian, diduga kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan persepsi tarif pengiriman berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

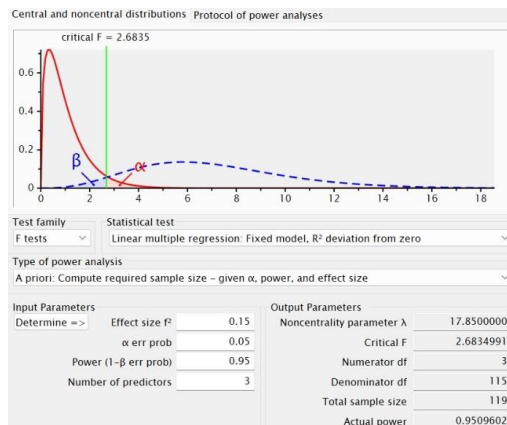
H1: Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H2: Ketepatan waktu memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H3: Persepsi tarif pengiriman memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria responden telah menggunakan layanan pengiriman makanan Kuririn Batam minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir. Jumlah sampel ditentukan melalui *power analysis* menggunakan aplikasi G*Power dan diperoleh kebutuhan minimum sebanyak 119 responden. Penelitian ini melibatkan 220 responden sehingga telah melebihi jumlah minimum yang dibutuhkan.



Gambar 2. Perhitungan Sampel Menggunakan G*Power
Sumber : G*Power (2026)

Responden penelitian merupakan pelanggan Kuririn Batam yang pernah menggunakan layanan pengiriman makanan. Kuesioner disebarakan secara daring melalui *Google Form* oleh peneliti dan pihak Kuririn Batam melalui media sosial, WhatsApp, dan kepada pelanggan Kuririn Batam. Pada awal kuesioner disediakan *screening question* untuk memastikan responden memenuhi kriteria penelitian, kemudian dilakukan *data screening* guna mengidentifikasi respons yang tidak memenuhi kriteria atau terindikasi ganda.

Instrumen penelitian mengacu pada indikator dari penelitian terdahulu yang telah disesuaikan dengan karakteristik Kuririn Batam serta diukur menggunakan Skala *Likert*. Selanjutnya, analisis data dilakukan dengan metode SEM-PLS menggunakan WarpPLS 8.0 melalui evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

Tabel 2. Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Sumber
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan ialah penilaian pelanggan yang muncul dari perbandingan antara harapan (<i>expectation</i>) terhadap layanan dan kenyataan yang dirasakan saat menerima layanan (<i>outcome</i>). Perusahaan yang secara konsisten mempertahankan kualitas pelayanan yang baik akan memiliki peluang lebih besar untuk memperoleh kepercayaan serta kesetiaan pelanggan demi menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Rafmadini <i>et al.</i> , 2025).	1. Bukti fisik (<i>Tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Empathy</i>)	Skala <i>Likert</i> 1-5: 5 = Sangat setuju 4 = Setuju 3 = Cukup/Ragu-ragu 2 = Tidak setuju 1 = Sangat tidak setuju	Setiawan <i>et al.</i> (2025)
Ketepatan Waktu (X2)	Ketepatan waktu ialah kemampuan perusahaan dalam menyalurkan barang kepada pelanggan sesuai dengan jadwal yang sudah direncanakan. Ketepatan waktu menjadi acuan pelanggan terhadap penyedia jasa dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan (Pristiyono <i>et al.</i> , 2024).	1. Ketepatan waktu kedatangan barang 2. Ketepatan waktu pengiriman barang	Skala <i>Likert</i> 1-5: 5 = Sangat setuju 4 = Setuju 3 = Cukup/Ragu-ragu 2 = Tidak setuju 1 = Sangat tidak setuju	Juniariska <i>et al.</i> (2020)
Persepsi Tarif Pengiriman (X3)	Tarif atau harga pengiriman ialah sejumlah biaya yang dibebankan kepada pelanggan atas layanan yang diterima (Evitha <i>et al.</i> , 2025).	1. Keterjangkauan tarif 2. Kesesuaian tarif dengan manfaat yang diterima 3. Kesesuaian tarif dengan kualitas pelayanan 4. Daya saing tarif	Skala <i>Likert</i> 1-5: 5 = Sangat setuju 4 = Setuju 3 = Cukup/Ragu-ragu 2 = Tidak setuju 1 = Sangat tidak setuju	Nur <i>et al.</i> (2024)
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan bisa diartikan sebagai hasil penilaian akhir pelanggan terhadap pengalaman yang diperoleh sesudah memakai suatu produk atau jasa, yang memperlihatkan apakah kinerja layanan tersebut sesuai atau tidak dengan ekspektasi yang dimiliki sebelumnya (Hapsari <i>et al.</i> , 2023).	1. Terpenuhinya harapan pelanggan 2. Perasaan puas menggunakan jasa 3. Kepuasan terhadap fasilitas 4. Kepuasan menyeluruh	Skala <i>Likert</i> 1-5: 5 = Sangat setuju 4 = Setuju 3 = Cukup/Ragu-ragu 2 = Tidak setuju 1 = Sangat tidak setuju	Kotler & Keller (2014)

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden

Tabel 3. Karakteristik Responden

Keterangan	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
Usia	5-11	0	0,0%
	12-25	143	65,0%
	26-45	66	30,0%
	46-65	11	5,0%
Total		220	100%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	37	16,8%
	Perempuan	183	83,2%
Total		220	100%
Pendidikan Terakhir	SD/SMP	0	0,0%
	SMA/SMK/MA	135	61,4%
	Akademi/Universitas	85	38,6%
Total		220	100%
Tempat Tinggal	Batam Center	78	35,5%
	Nongsa	37	16,8%
	Sei Beduk	13	5,9%
	Batu Aji	37	16,8%
	Sekupang	29	13,2%
	Sagulung	4	1,8%
	Batu Ampar	5	2,3%
	Bengkong	14	6,4%
	Lubuk Baja	3	1,4%
Total		220	100%
Frekuensi Penggunaan	1 Kali	0	0,0%
	2-3 Kali	180	81,8%
	>3 Kali	40	18,2%
Total		220	100%
Lama Penggunaan Layanan	<1 Bulan Terakhir	0	0,0%
	1-3 Bulan Terakhir	220	100,0%
	>3 Bulan	0	0,0%
Total		220	100%

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan tabel diatas, karakteristik responden menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 12-25 tahun (65,0%), perempuan (83,2%), berpendidikan SMA/SMK/MA (61,4%), berdomisili di Batam Center (35,5%), serta telah menggunakan layanan Kuririn Batam 2-3 kali dalam 1-3 bulan terakhir (81,8%).

4.2 Analisis Deskriptif

Tabel 4. Rentang Kelas Interval Rata-Rata Skor

Skor	Keterangan
1,00 - 1,50	Sangat Rendah
1,51 - 2,50	Rendah
2,51 - 3,50	Sedang
3,51 - 4,50	Tinggi/Baik
≤ 4,51	Sangat Tinggi/Sangat Baik

Sumber: Solimun *et al.* (2017)

Variabel dependen penelitian adalah kepuasan pelanggan, sedangkan variabel independennya meliputi kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan persepsi tarif pengiriman. Analisis deskriptif dilakukan berdasarkan nilai rata-rata (*mean*) jawaban responden pada Skala *Likert* 1-5.

Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 5. Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan

Indikator	Rata-rata	Persentase
Media komunikasi (WhatsApp/Telepon) mudah diakses dan jelas (X1.1)	4,55	91,00%
Pesanan diantar dengan benar sesuai alamat tanpa kesalahan (X1.2)	4,41	88,20%
Driver cepat merespons permintaan atau pertanyaan pelanggan (X1.3)	4,35	87,00%
Driver Kuririn menjaga keamanan pesanan sehingga tetap utuh dan tidak rusak hingga diterima pelanggan (X1.4)	4,40	88,00%
Driver Kuririn bersikap sopan, ramah, dan peduli terhadap kebutuhan pelanggan selama proses pengantaran (X1.5)	4,40	88,00%
Rata-rata variabel kualitas pelayanan (X1)	4,42	88,44%

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Variabel kualitas pelayanan (X1) memperoleh rata-rata sebesar 4,42 (88,44%) yang termasuk kategori sangat baik. Seluruh indikator menunjukkan penilaian sangat baik, dengan media komunikasi memperoleh skor tertinggi dan respons driver menjadi indikator dengan skor terendah.

Statistik Deskriptif Variabel Ketepatan Waktu

Tabel 6. Statistik Deskriptif Variabel Ketepatan Waktu

Indikator	Rata-rata	Persentase
Pesanan diterima sesuai estimasi waktu yang diberikan (X2.1)	4,18	83,60%
Driver Kuririn segera melakukan pengiriman sesudah pesanan dikonfirmasi (X2.2)	4,36	87,20%
Rata-rata variabel ketepatan waktu (X2)	4,27	85,40%

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Variabel ketepatan waktu (X2) memperoleh rata-rata sebesar 4,27 (85,40%) yang termasuk kategori sangat baik. Indikator pengiriman segera setelah konfirmasi memperoleh skor tertinggi, sedangkan ketepatan penerimaan sesuai estimasi memiliki skor terendah.

Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Tarif Pengiriman

Tabel 7. Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Tarif Pengiriman

Indikator	Rata-rata	Persentase
Persepsi tarif pengiriman Kuririn terjangkau (X3.1)	4,27	85,40%
Persepsi tarif pengiriman Kuririn sebanding dengan manfaat yang saya peroleh (X3.2)	4,30	86,00%
Persepsi tarif pengiriman Kuririn sesuai dengan kualitas pelayanan selama proses pengiriman (X3.3)	4,30	86,00%
Persepsi tarif pengiriman Kuririn lebih menarik atau kompetitif dibandingkan layanan pengiriman lain yang pernah saya gunakan (X3.4)	4,23	84,60%
Rata-rata variabel persepsi tarif pengiriman (X3)	4,28	85,50%

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Variabel persepsi tarif pengiriman (X3) memperoleh rata-rata sebesar 4,28 (85,50%) dengan kategori sangat baik. Indikator kesesuaian tarif dengan manfaat dan kualitas pelayanan memperoleh skor tertinggi, sedangkan persepsi tarif lebih kompetitif dibanding layanan lain memperoleh skor terendah.

Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 8. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

Indikator	Rata-rata	Persentase
Layanan Kuririn yang saya terima sesuai dengan informasi dan janji layanan yang diberikan sebelumnya (Y1.1)	4,32	86,40%
Saya merasa nyaman dan senang selama memakai layanan Kuririn (Y1.2)	4,41	88,20%
Sistem pemesanan dan komunikasi yang dipakai Kuririn memudahkan proses pengiriman pesanan (Y1.3)	4,36	87,20%
Secara keseluruhan, layanan Kuririn sudah memenuhi harapan saya sebagai pelanggan (Y1.4)	4,40	88,00%
Rata-rata variabel kepuasan pelanggan (Y1)	4,37	87,45%

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Variabel kepuasan pelanggan (Y) memperoleh rata-rata sebesar 4,37 (87,45%) yang termasuk kategori sangat baik. Indikator kenyamanan menggunakan layanan memperoleh skor tertinggi, sedangkan kesesuaian layanan dengan janji layanan memperoleh skor terendah.

4.3 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian model pengukuran (*outer model*) dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas instrumen, sedangkan model struktural (*inner model*) digunakan untuk menganalisis hubungan antarvariabel laten. Analisis dilakukan menggunakan WarpPLS 8.0 untuk memastikan instrumen valid dan reliabel sebagai dasar pengujian model struktural.

Tabel 9. Nilai *Combined Loading* dan *Cross Loadings*

Indicator	X1	X2	X3	Y1	Type	P-Value
X1.1	(0,695)	-0,367	0,111	0,033	Reflective	<0,05
X1.2	(0,831)	-0,019	-0,174	0,227	Reflective	<0,05
X1.3	(0,837)	0,094	0,183	-0,228	Reflective	<0,05
X1.4	(0,815)	0,227	-0,074	-0,003	Reflective	<0,05
X1.5	(0,778)	0,009	-0,032	-0,024	Reflective	<0,05
X2.1	0,004	(0,887)	0,184	-0,207	Reflective	<0,05
X2.2	-0,004	(0,887)	-0,184	0,207	Reflective	<0,05
X3.1	-0,130	0,092	(0,874)	-0,287	Reflective	<0,05
X3.2	0,085	-0,056	(0,898)	-0,309	Reflective	<0,05
X3.3	0,129	-0,064	(0,856)	0,347	Reflective	<0,05
X3.4	-0,084	0,028	(0,877)	0,264	Reflective	<0,05
Y1.1	0,021	-0,048	0,223	(0,885)	Reflective	<0,05
Y1.2	-0,003	-0,099	0,073	(0,886)	Reflective	<0,05
Y1.3	0,058	0,163	-0,238	(0,885)	Reflective	<0,05
Y1.4	-0,078	-0,016	-0,060	(0,871)	Reflective	<0,05

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator kualitas pelayanan, ketepatan waktu, persepsi tarif pengiriman, dan kepuasan pelanggan memenuhi validitas konvergen, ditunjukkan oleh nilai *loading factor* > 0,60 dan *p-value* < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruk yang diwakilinya secara valid.

Reliabilitas instrumen dievaluasi menggunakan *Composite Reliability*, *Cronbach's Alpha*, dan *Average Variance Extracted* (AVE). Seluruh konstruk memenuhi kriteria *Composite Reliability* > 0,70, *Cronbach's Alpha* > 0,60, dan AVE > 0,50, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan valid (Hair et al., 2021; Solimun et al., 2017).

Tabel 10. Nilai *Construct Reliability* dan *Validity*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
X1	0,894	0,851	0,629
X2	0,881	0,729	0,787
X3	0,930	0,899	0,768
Y1	0,933	0,904	0,777

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Seluruh variabel memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas konvergen, ditunjukkan oleh nilai *Composite Reliability* > 0,70, *Cronbach's Alpha* > 0,60, dan AVE > 0,50. Hasil tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik serta mampu mengukur konstruk secara andal dan valid.

4.4 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

R-square (R^2)

Tabel 11. Nilai *R-square*

Variabel	<i>R-square</i> (R^2)
Y1 (Kepuasan Pelanggan)	0,793

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Nilai *R-square* kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,793. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konstruk kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan persepsi tarif pengiriman mampu menjelaskan variasi konstruk kepuasan pelanggan sebesar 0,793, sedangkan nilai 0,207 dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, model penelitian memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan berdasarkan variabel yang digunakan. Nilai tersebut juga menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki kontribusi yang cukup kuat dalam menjelaskan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, model dapat digunakan sebagai dasar untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Q-square (Q^2)

Tabel 12. Nilai *Q-square*

Variabel	<i>Q-square (Q^2)</i>
Y1 (Kepuasan Pelanggan)	0,793

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Nilai *Q-square* (Stone-Geisser's Q^2) kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,793. Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance*, sehingga kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan persepsi tarif pengiriman mampu memprediksi kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini, nilai Q^2 sama dengan R^2 sesuai output WarpPLS 8.0. Oleh karena itu, Q^2 digunakan sebagai indikator kemampuan prediksi model, sedangkan evaluasi model secara keseluruhan mengacu pada hasil *outer model*, *inner model*, dan *model fit*.

Effect Size (f^2)

Tabel 13. *Effect Size for Path Coefficients*

Hipotesis	<i>Effect Size (f^2)</i>	Kategori
X1 → Y1	0,231	Sedang
X2 → Y1	0,039	Kecil
X3 → Y1	0,523	Besar

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Hasil pengujian *effect size* (f^2) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh sedang (0,231), ketepatan waktu (X2) memiliki pengaruh kecil (0,039), dan persepsi tarif pengiriman (X3) memiliki pengaruh besar (0,523) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian, persepsi tarif pengiriman merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan, diikuti kualitas pelayanan, sedangkan ketepatan waktu memiliki pengaruh paling kecil.

Goodness of Fit (GoF)

Tabel 14. Hasil Uji *Goodness of Fit Model*

No.	<i>Model fit and quality indices</i>	Kriteria Fit	Hasil	Ket
1.	<i>Average path coefficient (APC)</i>	$P < 0,05$	0,318	Baik
2.	<i>Average R-squared (ARS)</i>	$P < 0,05$	0,793	Baik
3.	<i>Average adjusted R-squared (AARS)</i>	$P < 0,05$	0,791	Baik
4.	<i>Average block VIF (AVIF)</i>	Acceptable if ≤ 5 , ideally $\leq 3,3$	3,167	Ideal
5.	<i>Average full collinearity VIF (AFVIF)</i>	Acceptable if ≤ 5 , ideally $\leq 3,3$	3,647	Diterima
6.	<i>Tenenhaus GoF (GoF)</i>	Small $\geq 0,10$, Medium $\geq 0,25$, Large $\geq 0,36$	0,766	Besar
7.	<i>Simpson's paradox ratio (SPR)</i>	Acceptable if $\geq 0,7$, ideally 1	1,000	Ideal
8.	<i>R-squared contribution ratio (RSCR)</i>	Acceptable if $\geq 0,9$, ideally 1	1,000	Ideal
9.	<i>Statistical suppression ratio (SSR)</i>	Acceptable if $\geq 0,7$	1,000	Ideal

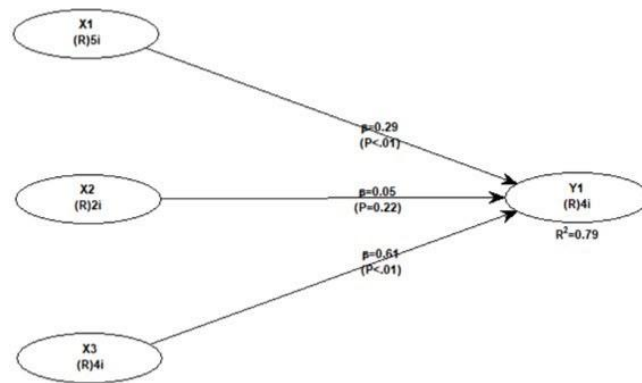
10.	<i>Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)</i>	<i>Acceptable if $\geq 0,7$</i>	1,000	Diterima
-----	---	--	-------	----------

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

Hasil uji *Goodness of Fit* menunjukkan bahwa seluruh indeks memenuhi kriteria. Nilai APC, ARS, dan AARS memiliki *p-value* $< 0,05$, AVIF dan AFVIF tidak menunjukkan multikolinearitas, *Tenenhaus GoF* sebesar 0,766 menunjukkan model memiliki kesesuaian yang baik, serta nilai SPR, RSCR, SSR, dan NLBCDR masing-masing sebesar 1,000. Oleh karena itu, model dinyatakan layak dan selanjutnya dievaluasi melalui hasil *outer model*, *inner model*, serta uji validitas dan reliabilitas konstruk.

Koefisien jalur dan signifikansi

Berlandaskan pernyataan (Hair et al., 2021), apabila diperoleh *p-value* $< 0,05$ maka hubungan antar variabel bisa dikatakan berdampak signifikan. Jika, diperoleh nilai *path coefficient* positif, maka dapat dikatakan hubungan variabel ialah positif.



Gambar 3. Diagram Koefisien Jalur dan Signifikansi

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan terhadap 220 pengguna Kuririn Batam menggunakan analisis koefisien jalur (*path coefficient*) dan *p-value* untuk menguji pengaruh antarvariabel. Hasil pengujian memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan sebagai dasar peningkatan kualitas layanan Kuririn Batam.

Tabel 15. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	<i>Path Coefficient</i>	<i>P-Value</i>	Keterangan
H1. Kualitas pelayanan (X1) → Kepuasan pelanggan (Y1)	0,295	$< 0,05$	Positif, Signifikan
H2. Ketepatan waktu (X2) → Kepuasan pelanggan (Y1)	0,052	0,219	Tidak Berpengaruh
H3. Tarif pengiriman (X3) → Kepuasan pelanggan (Y1)	0,606	$< 0,05$	Positif, Signifikan

Sumber: Data Primer Diolah (2026)

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), dengan koefisien jalur sebesar 0,295 dan nilai $p < 0,05$. Nilai *effect size* (f^2) sebesar 0,231 menunjukkan pengaruh pada kategori sedang. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi kepuasan pelanggan Kuririn Batam.

Untuk memperkuat hasil kuantitatif, dilakukan wawancara terhadap dua pelanggan Kuririn Batam sebagai data pendukung. Informan 1 (I1) menilai *fast response*, kemudahan komunikasi, dan keramahan driver sebagai aspek pelayanan yang paling memuaskan. Informan 2 (I2) menyatakan bahwa Kuririn Batam memberikan pelayanan yang fleksibel, informasi yang transparan, serta menjaga kondisi makanan tetap baik. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan telah memenuhi harapan pelanggan.

Secara teoretis, hasil penelitian ini mendukung *Expectancy Disconfirmation Theory* yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan muncul apabila kinerja layanan sesuai dengan atau melebihi harapan pelanggan. Pada layanan kurir makanan, pelanggan mengharapkan pelayanan yang responsif, komunikasi yang baik, serta penanganan makanan yang aman hingga diterima dalam kondisi baik. Ketika harapan tersebut terpenuhi, pelanggan cenderung memberikan penilaian positif sehingga kepuasan meningkat.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh pendapat Alfiah (2019) yang mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan akan meningkat apabila kualitas pelayanan sesuai dengan atau melampaui harapan pelanggan. Selain itu, Rahmatullah *et al.* (2025) menjelaskan bahwa pelayanan yang ramah, penuh perhatian, dan profesional mampu menciptakan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan mereka. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Maharani & Ekowati (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan yang serupa tersebut menguatkan peran kualitas pelayanan sebagai salah satu penentu kepuasan pelanggan pada layanan kurir makanan.

Dari sisi manajerial, nilai *effect size* sebesar 0,231 mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Kuririn Batam perlu meningkatkan responsivitas admin dan *driver*, memperjelas komunikasi selama proses pengiriman, menjaga penanganan makanan, serta melakukan evaluasi kualitas pelayanan secara berkala. Dari sisi akademik, temuan ini memperkuat *Expectancy Disconfirmation Theory* bahwa kualitas pelayanan

merupakan determinan penting kepuasan pelanggan sekaligus memperluas penerapannya pada konteks layanan kurir makanan lokal.

4.6.2 Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ketepatan waktu (X_2) belum terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), dengan koefisien jalur sebesar 0,052 dan p -value sebesar 0,219 ($p > 0,05$), sehingga hipotesis kedua (H_2) ditolak. Nilai *effect size* (f^2) sebesar 0,039 menunjukkan kontribusi yang kecil. Hasil ini mengindikasikan bahwa ketepatan waktu belum memberikan pengaruh yang berarti terhadap kepuasan pelanggan pada konteks penelitian ini.

Dalam operasional Kuririn Batam, pemesanan dilakukan melalui WhatsApp dan pengiriman dilaksanakan pada hari yang sama tanpa memberikan estimasi waktu secara spesifik, melainkan hanya dalam jam operasional. Kondisi ini memungkinkan pelanggan telah memahami pola layanan Kuririn Batam sehingga ekspektasi mereka lebih berfokus pada kondisi makanan yang diterima daripada ketepatan waktu.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh wawancara dengan dua pelanggan Kuririn Batam. Informan 1 (I1) menyatakan bahwa Kuririn Batam hanya memastikan pesanan diantar pada hari yang sama tanpa memberikan estimasi waktu secara spesifik. Informan 2 (I2) mengungkapkan bahwa selama makanan diterima dalam kondisi baik, keterlambatan pada jam tertentu bukan menjadi permasalahan utama. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan lebih mengutamakan kualitas layanan secara keseluruhan dibandingkan ketepatan waktu.

Secara teoretis, temuan ini sejalan dengan *Expectancy Disconfirmation Theory*, yang menjelaskan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh kesesuaian antara harapan dan kinerja layanan. Pada konteks Kuririn Batam, ketepatan waktu cenderung dipandang sebagai *basic expectation*, sedangkan kualitas pelayanan dan kondisi makanan memiliki peran yang lebih besar. Temuan ini didukung oleh Darmawan *et al.* (2021), Janah (2025), Manurung *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh ketepatan waktu, tetapi juga kualitas pelayanan dan kondisi produk. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Salsabila & Parhusip (2024) yang menemukan bahwa ketepatan waktu pengiriman tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga pengaruhnya bergantung pada karakteristik layanan dan ekspektasi pelanggan.

Dari sisi manajerial, meskipun nilai *effect size* sebesar 0,039 menunjukkan kontribusi yang kecil, Kuririn Batam tetap perlu menjaga ketepatan waktu sebagai bagian dari standar pelayanan. Perusahaan dapat memberikan estimasi waktu pengiriman yang lebih jelas, menyampaikan

pembaruan status pengiriman melalui WhatsApp, serta melakukan evaluasi berkala terhadap keterlambatan pengiriman. Langkah tersebut penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan mencegah ketepatan waktu menjadi sumber ketidakpuasan di masa mendatang.

4.6.3 Pengaruh Persepsi Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa persepsi tarif pengiriman (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), dengan koefisien jalur sebesar 0,606 dan nilai $p < 0,05$, sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima. Nilai *effect size* (f^2) sebesar 0,523 menunjukkan pengaruh yang besar, sehingga persepsi tarif menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya mempertimbangkan besarnya tarif, tetapi juga kesesuaiannya dengan manfaat layanan yang diterima.

Dalam operasional Kuririn Batam, perusahaan menerapkan tarif pengiriman yang sama untuk seluruh wilayah Kota Batam. Penilaian pelanggan terhadap tarif tidak hanya didasarkan pada nominal yang dibayarkan, tetapi juga pada manfaat yang diperoleh, seperti kondisi makanan yang tetap baik, kemasan yang utuh, tidak bocor, serta keamanan selama proses pengiriman. Oleh karena itu, persepsi tarif yang positif terbentuk ketika pelanggan menilai bahwa biaya yang dikeluarkan sebanding dengan kualitas pelayanan, termasuk penanganan makanan dan penggunaan *safety box*.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh wawancara dengan dua pelanggan Kuririn Batam. Informan 1 (I1) menilai tarif pengiriman Rp13.000 sepadan dengan pelayanan yang diterima. Informan 2 (I2) mengungkapkan bahwa penggunaan *safety box* membuat tarif tersebut sesuai dengan manfaat yang diperoleh. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan menilai tarif berdasarkan kesesuaiannya dengan manfaat layanan yang diterima.

Secara teoretis, hasil penelitian ini mendukung *Expectancy Disconfirmation Theory*, yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk ketika manfaat layanan sesuai atau melebihi harapan. Dalam penelitian ini, pelanggan memberikan penilaian positif apabila tarif yang dibayarkan dianggap sepadan dengan kualitas layanan dan manfaat yang diterima. Temuan ini didukung oleh Ghufrohy (2016) yang menyatakan bahwa tarif yang wajar dan sesuai dengan manfaat layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Putri et al. (2025) juga menjelaskan bahwa persepsi tarif yang kompetitif meningkatkan kepuasan karena pelanggan merasa memperoleh *value for money*. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Utomo & Putra (2024) yang menemukan bahwa persepsi tarif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pelanggan menilai kesesuaian tarif dengan kualitas layanan.

Dari sisi manajerial, nilai *effect size* sebesar 0,523 mengungkap bahwa persepsi tarif pengiriman memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Kuririn Batam perlu memprioritaskan penetapan tarif yang wajar, transparan, dan sebanding dengan kualitas layanan. Perusahaan juga dapat melakukan evaluasi tarif secara berkala sesuai perubahan biaya operasional, mempertimbangkan penerapan tarif berdasarkan jarak atau zona pengiriman, serta memberikan informasi tarif secara jelas kepada pelanggan. Langkah tersebut penting untuk menjaga persepsi tarif yang positif dan kualitas layanan.

5. Penutup

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur sebesar 0,295 dan nilai $p < 0,05$. Ketepatan waktu belum terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur sebesar 0,052 dan nilai $p = 0,219$. Sementara itu, persepsi tarif pengiriman terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien jalur sebesar 0,606 dan nilai $p < 0,05$. Ditinjau dari besarnya koefisien jalur, persepsi tarif pengiriman merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan, diikuti oleh kualitas pelayanan, sedangkan ketepatan waktu memiliki pengaruh paling kecil dan belum terbukti signifikan dalam model penelitian. Hasil ini mengimplikasikan bahwa Kuririn Batam perlu meningkatkan kualitas pelayanan, mempertahankan tarif yang wajar dan transparan, serta memperjelas komunikasi, kondisi makanan, dan estimasi waktu pengiriman.

5.2 Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada satu objek penelitian, menggunakan *purposive sampling*, desain *cross-sectional*, dan data *self-report* yang berpotensi menimbulkan *common method bias*. Selain itu, indikator ketepatan waktu masih terbatas dan data wawancara hanya melibatkan dua informan sehingga generalisasi hasil penelitian masih terbatas. Penelitian selanjutnya disarankan mempertimbangkan penambahan variabel, seperti kepercayaan pelanggan, kualitas sistem atau aplikasi pemesanan, citra perusahaan, atau *perceived value* agar model penelitian lebih komprehensif. Selain itu, disarankan memperluas objek dan wilayah penelitian, menggunakan *probability sampling* atau desain longitudinal, serta melibatkan lebih banyak informan agar temuan penelitian lebih representatif dan dapat digeneralisasikan secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiah, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Emas Gajah, Batu. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 126. <https://doi.org/10.47201/jamin.v1i2.30>
- Aurelia, D. N., Abdurachman, E., & Firdaus, Muh. I. (2023). The Influence of Service Quality, Price, Timeliness, Customer Satisfaction on Consumer Loyalty Users of Instant Delivery Goods. *Advances in Transportation and Logistics Research*, 6. <https://doi.org/10.25292/atlr.v6i0.585>
- Danarkusuma, A. A., Harianto, E., & Sutanto, J. E. (2024). The Impact of Price, Service Quality and Trust on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction in Automotive Industry. *International Journal*, 8(2). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v8i2.11573>
- Darmawan, A., Rapi, A., & Rachmat, A. A. (2021). Kajian Kualitas Layanan Jasa Transportasi Logistik Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Metode Zone of Tolerance (zot). *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 9(1), 36. <https://doi.org/10.24912/jitiuntar.v9i1.8705>
- Evitha, Y., Lianto, D. D., & Sari, S. N. (2025). Pengaruh Ketetapan Waktu dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengiriman J&T Express Tanah Tinggi. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1). <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>
- Ghufrony, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Toko Retail Bahan-Bahan Bangunan Di Kecamatan Dungkek. *PERFORMANCE "Jurnal Bisnis & Akuntansi"*, 5(2), 14. <https://doi.org/10.24929/feb.v6i1.255>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hapsari, J. D. A. V., Primadi, A., & Tohir, M. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Logistik. *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 1(2). <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i2.208>
- Janah, M. M. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Super Logistics. *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi (JIMBE)*, 3(4).
- 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*, 09(12).
- Khurrohman, T., & Junaidi, M. R. (2023). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Tanon Kabupaten Sragen. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, 2(2), 142–153. <https://doi.org/10.22515/juebir.v2i2.7858>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran Jilid 1. Edisi Ke 13*. Erlangga.
- Maharani, S., & Ekowati, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan J&T Express Di Kota Bengkulu. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(2).
- Manurung, P. P., Rangkuti, S., & Firah, A. (2024). Pengaruh Biaya Pengiriman Dan Estimasi Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Lautan Benua Nusantara Indonesia Di Medan. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 164–172. <https://doi.org/10.46576/bn.v7i1.4475>
- Nur, M., Intisari Haryanti, & Ovriyadin Ovriyadin. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sicepat Ekspres Kota Bima. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 2(4), 227–240. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i4.1039>
- Prasanti, T. P., Aprilia, A., & Dewi, H. E. (2023). Kualitas Layanan Dan Theory of Planned Behavior: Dampak Pada Kepuasan Pelanggan Dalam Layanan Driver Online Makanan Di Masa Pandemi

- Covid-19. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 20(2), 171. <https://doi.org/10.20961/sepa.v20i2.53199>
- Pristiyono, Siregar, F., & Rambe, B. H. (2024). Analisis Harga, Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Ekspedisi Labuhanbatu. *Innovative: Journal Of Social Science Research*. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.9927>
- Putri, K. D., Arisanti, D., Kristiawati, I., & Mudayat. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Harga Yang Kompetitif Terhadap Loyalitas Pelanggan Di PT. Lintas Trans Logistik. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS)*, 2(02).
- Rafmadini, N., Santosa, W., & Satitidjati, T. (2025). Pengaruh Delivery Time, Service Quality, Product Quality and Condition Terhadap Customer Loyalty Pada Pelanggan Gen Z Ecommerce Di Jakarta Melalui Customer Satisfaction. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, 14(03). <https://doi.org/10.22437/jmk.v14i03.47120>
- Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). *Lentera Ilmu Madani*.
- Rahmatullah, D., Sahra, A. S., Riska, & Nur, S. W. (2025). Hubungan Antara Persepsi Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Di Rumah Makan Maju Mapan 5758 Di Kota Parepare. *Laa Maghrib: Journal of Development in Islamic Economics and Business*, 1(2).
- Salsabila, A., & Parhusip, A. A. (2024). Pengaruh Tarif, Kepercayaan, Fasilitas Tracking System dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir di Kota Medan). *Jurnal Dunia Pendidikan*, 5(3).
- Setiawan, B., Masnita, Y., & Kurniawati. (2025). Analysis of the Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in the Digital Service Industry: Insight from Online Shoppers in Indonesia. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(3). <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i1.5639>
- Siregar, L. K. B. (2024). *Laporan Kegiatan Monitoring Atas Kredit Program Kanwil Ditjen Perbendaharaan Provinsi Kepulauan Riau*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Solimun, Dr. Ir., Fernandes, Dr. A. A. R., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. UB Press.
- Sugiman, B. T. Y., Sri Praptono, & Sinta Petri Lestari. (2024). Pengaruh Fasilitas Hotel dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Gramm Hotel By Ambarrukmo Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomika & Sains*, 5(2), 29–41. <https://doi.org/10.54066/jies.v5i2.479>
- Utomo, W. T., & Putra, F. I. F. S. (2024). Pengaruh Tarif Pengiriman, Kualitas Pelayanan, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Semarang. *JIEMBI: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 2(1).
- Wijaya, W. R. B., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran ABCDi Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 1(3). <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i3>
- Zahra, S., Tirta, Y. A. D., & Khoironi, T. A. (2022). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang Shopee Express Di Kota Serang. *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)*, 2(1), 109–122. <https://doi.org/10.46306/ncabet.v2i1.71>

LAMPIRAN

<https://drive.google.com/drive/folders/13QeYQJ58yNk25vqBomytLlCoGbhlLbJ>