



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 437-447

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh *Just In Time* terhadap loyalitas Konsumen pada PT TIKI JNE(Jalur Nugraha Ekakurir) Express Kota Gunungsitoli

Derima Buulolo^{1✉}, Jeliswan B.I.J Gea², Serniati Zebua³, Sophia M Kakisina⁴

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias

Email: derimabuulolo2@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Just In Time adalah suatu proses pengiriman yang telah dilakukan harus sesuai dengan tanggal dan hari yang ditentukan, agar tidak menjadi pemicu pelanggan untuk komplain. Sedangkan Loyalitas Konsuen adalah kecenderungan konsumen untuk tetap menggunakan suatu produk yang sama, tidak berkeinginan menggunakan produk pesaing yang sejenis dan melakukan pembelian ulang secara terus-menerus. Adapun hal yang kurang memuaskan yang dialami konsumen terhadap jasa pengiriman barang adalah keterlambatan pengiriman atau ketidaktepatan waktu, serta kerusakan terhadap barang konsumen yang menyebabkan loyalitas konsumen semakin menurun. Tujuan Penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui Apakah ada Pengaruh *Just In Time* Terhadap Loyalitas Konsumen 2) Untuk mengetahui Seberapa Besar Pengaruh *Just In Time* Terhadap Loyalitas Konsumen. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian Kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Just In Time* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen. Hal ini dibenarkan dengan nilai hasil pengolahan data secara valid Variabel X dan Y memiliki nilai *Sig.* < 0,05 dan uji reliabel menunjukan *Cronbach's Alpha* berada pada nilai lebih besar dari 0,6 yaitu nilai Variabel X=0,731 dan nilai Variabel Y=0,697. Oleh karena itu, uji reliabilitas dari kedua variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* diatas nilai 0,6. (2) Hasil Autokorelasi dengan metode *runs test* adalah sebesar 0,180. Angka ini menunjukan bahwa nilai signifikan $0,180 > 0,05$ yang artinya tidak terjadi autokorelasi dalam penelitian ini. (3) Koefisien determinasi nilai *R Square* menunjukkan nilai sebesar 0,248. Apabila dipersenkan berada pada nilai 25% yang merupakan nilai *variabel Just In Time* yang dapat dijelaskan. (4) Hasil uji t variabel X dan Y yang diolah dalam penelitian ini H_a diterima dan H_o ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan variabel X terhadap variabel Y, pada JNE.

Kata Kunci: *Just In Time, Loyalitas Konsumen*

Abstract

Just In Time is a delivery process that has been carried out must match the specified date and day, so as not to trigger the customer for complaints. Whereas Consuent Loyalty is the tendency of consumers to continue using the same product, not wanting to use similar competitor products and making repurchases continuously. As for the unsatisfactory thing experienced by consumers of freight forwarding services is late delivery or timeliness, as well as damage to consumer goods which causes consumer loyalty to decline. The purpose of this study is 1) To find out whether there is an Effect of Just In Time on Consumer Loyalty 2) To find out how much influence just in time has on consumer loyalty. The type of research used in this study is a type of Quantitative research. The results of the study show that: (1) Just In Time has a positive effect on Consumer Loyalty. This is justified by the value of valid data processing results Variables X and Y have Sig values. < 0.05 and the reliable test referring to Cronbach's Alpha is at a value greater than 0.6 ie the value of Variable X=0,731 and the value of Variable Y=0,697. Therefore, the reliability test of the two variables can be declared reliable because the value of Cronbach Alpha is above the value of 0.6. (2) The results of autocorrelation with the run test method are 0.180. This figure refers to that a significant value of $0.180 > 0.05$ which means there was no autocorrelation in this study. (3) The coefficient of determination of the R Square value indicates a value of 0.248. If the dip is at a value of 25% which is the value of the Just In Time variable that can be explained. (4) Test results of variables X and Y processed in this study H_a were accepted and H_o was rejected meaning there was a significant effect of variable X on variable Y, on JNE.

Keywords: *Just In Time, Consumer Loyalty*

PENDAHULUAN

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti, pelayanan prima yang diberikan oleh PT TIKI JNE terdapat beberapa hal yang kurang memuaskan bagi para konsumen dapat dilihat dari bulan kebulan mengalami penurunan pengguna jasa pengiriman. Menurut penelitian sebelumnya oleh Sri Octavini et al., (2019) permasalahan dalam internal JNE adalah miss komunikasi antara konsumen dan pengiriman barang yang menyebabkan keterlambatan barang, sering terjadi alamat yang di berikan oleh penerima salah serta nomor telepon tidak jelas atau tidak terhubung, walaupun kesalahan terdapat pada konsumen itu sendiri namun hal ini menyebabkan adanya penurunan pengguna jasa pengiriman. Bulan Januari 2023 terdapat 900 Konsumen, Februari 2023 terdapat 840 Konsumen dan bulan Maret 2023 terdapat 800 Konsumen pengguna jasa pengiriman pada PT TIKI JNE. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa adanya penurunan pengguna jasa pengiriman. Adapun hal yang kurang memuaskan yang dialami konsumen terhadap jasa pengiriman barang adalah keterlambatan pengiriman atau ketidaktepatan

waktu, serta kerusakan terhadap barang konsumen yang menyebabkan loyalitas konsumen semakin menurun.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:13) ada 3 jenis penelitian, yakni:

1. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang didasarkan pada data kualitatif yaitu tidak berbentuk angka atau bilangan sehingga hanya berbentuk pernyataan atau kalimat-kalimat.
2. Penelitian Kuantitatif merupakan penelitian yang didasarkan pada data kuantitatif yaitu berbentuk angka atau bilangan.
3. Penelitian gabungan merupakan penelitian yang menggunakan data kualitatif dan kuantitatif.

Berdasarkan pendapat diatas, maka jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif karena berbentuk angka atau bilangan.

Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (X) yakni *Just In Time* dengan indikator: ketepatan waktu kedatangan barang dan ketepatan waktu pengiriman barang.
2. Variabel Terikat (Y) yakni Loyalitas Konsumen dengan indikator: pembelian berulang, memberikan referensi kepada orang lain dan penolakan terhadap produk bersaing (kesetiaan).

Populasi

Maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen JNE sebanyak 305 Orang.

Sampel

Oleh karena populasi dalam penelitian ini terlalu banyak lebih dari 100 orang, maka mengingat tenaga, biaya serta waktu dalam melakukan penelitian, maka peneliti mengambil jumlah sampel sebanyak 15% dari total populasi. Jadi, jumlah sampelnya adalah 46 Orang.

Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:45), "instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati". Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa angket/kuesioner.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2020:104) teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Teknik Observasi, merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan secara langsung terhadap objek dan periode tertentu dengan mencatat secara sistematis hal-hal yang telah diamati.
2. Teknik kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.
3. Teknik Dokumentasi, dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.

Berdasarkan pendapat diatas, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni; Angket (*kuesioner*), yaitu teknik pengumpulan data dengan mengedarkan angket/*kuesioner* kepada responden. Jawaban respon atas angket yang telah diedarkan oleh peneliti, diolah dan dianalisis dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 22 untuk dilakukan pengujian analisis jalur dan korelasi.

Teknik Analisis Data

"Teknik menganalisa data merupakan teknik yang digunakan untuk mendapatkan hasil/jawaban dari masalah yang terdapat pada penelitian dan untuk melakukan pengujian hipotesis" (Sugiyono, 2018:285). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan cara kuantitatif yang akan diolah dengan cara statistik dan berbentuk angka. Oleh sebab itu, peneliti akan menggunakan langkah sebagai berikut:

Verifikasi Data

Menurut Sugiyono (2018:72), "verifikasi data dilakukan dengan melakukan pemeriksaan data yang mungkin tidak lengkap atau tidak layak untuk diolah. Pada prosesnya akan dilakukan penelitian terhadap data dan meyakinkan agar dalam data tidak terdapat kesalahan".

Mengolah Angket

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan skala likert menurut Sugiyono (2018:86), yang mana skala ini berfungsi untuk mengetahui dan mengukur pendapat serta pandangan responden terhadap lokasi penelitian.

Dalam penggunaan skala ini terdiri atas beberapa kriteria yang mempunyai nilai yang

berbeda, antara lain:

- a. Skor 4 pada kriteria "Sangat Setuju".
- b. Skor 3 pada kriteria "Setuju".
- c. Skor 2 pada kriteria "Tidak Setuju".
- d. Skor 1 pada kriteria "Sangat Tidak Setuju".

Uji Validitas

Untuk menentukan tingkat validitas sebuah item pertanyaan atau kuesioner, maka diberlakukan proses *corrected* item-total *correlation* dengan cara nilai setiap skor pada alternatif jawaban diproses terlebih dahulu diaplikasi *Microsoft Excel* setelah itu data yang didapatkan akan disubstitusikan pada program pengolah data statistik dengan aplikasi IBM SPSS versi 22. Jika sebuah item pertanyaan atau *instrument*/kuesioner memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 atau *sig.* < 0,05 berarti data yang diperoleh adalah valid dan jika korelasi skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor mempunyai tingkat signifikansi diatas 0,05 atau *sig.* >0,05, maka data yang diperoleh adalah tidak valid (Ghozali, 2011).

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Variabel dalam penelitian akan realibel apabila jawaban responden terhadap pernyataan menunjukkan nilai konsisten atau stabil yang terukur secara periodik. Untuk mencari nilai reliabel, data yang sudah diproses terlebih dahulu diaplikasi *Microsoft Excel*, langkah selanjutnya adalah data yang didapatkan akan disubstitusikan pada program pengolah data statistik dengan aplikasi IBM SPSS versi 22. Dengan menggunakan analisis reliabilitas *Cronbach Alpha*.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, dalam penelitian ini dilakukan pengujian asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan model regresi yang digunakan dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

Uji Normalitas Data

Menurut Ghozali (2018:137) merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Pendekatan atau rumus yang digunakan dalam mencari nilai uji normalitas data adalah *Kolmogorov-smirnov* dengan ketentuan jika nilai signifikansi (Sig) lebih dari (>) 0,05

maka distribusi data adalah normal. Uji ini akan diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 22.

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018:111), Uji ini bertujuan untuk mengetahui dalam satu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Dalam suatu pengujian dikatakan baik ketika bebas dari unsur autokorelasi. Dalam pengujian ini peneliti menggunakan pengujian autokorelasi dengan *Runs Test*.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), uji heteroskedastisitas adalah suatu pengujian untuk mengetahui atau menguji apakah dalam model regresi ada atau terjadinya ketidaksamaan *Variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan. Dalam melakukan pengujian heteroskedastisitas peneliti menggunakan grafik *Scatterplot*. Uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot* antara nilai variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID), dimana sumbu X adalah prediksi dan sumbu Y adalah residual. Untuk melakukan uji heteroskedastisitas peneliti akan menggunakan IBM SPSS versi 22.

Uji Koefisien Korelasi (R)

Menurut Ghozali (2018) Uji Koefisien Korelasi adalah uji untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel apabila kedua variabel berbentuk interval atau ratio. Jika angka koefisien korelasi menghasilkan nilai positif maka kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang searah atau disebut korelasi positif, maka variabel bebas mengalami kenaikan maka variabel terikat juga mengalami kenaikan. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS versi 22.

Uji Koefisien Determinasi

Menurut Supangat (2017:341), yang dimaksud dengan "koefisien determinan adalah bentuk persentase (%) yang menyatakan besar tingginya kekuatan". Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui persentase kontribusi variabel X terhadap Y. Maka pada penulisan ini koefisien determinan digunakan untuk mengukur derajat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Regresi Linear Sederhana

Menurut Supangat (2017:334) "regresi linear sederhana merupakan sebuah bentuk hubungan yang menyangkut variabel bebas (X) dengan Variabel tidak bebas (Y)". Untuk mengetahui bentuk hubungan yang menyangkut variabel bebas (X) dengan Variabel tidak bebas (Y) maka peneliti akan mensubstitusikan data menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 22. Jika tingkat signifikansi sebesar berada dibawah 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel *Just In Time* atau dengan kata lain ada pengaruh variabel *Just In Time* (X) terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y) tetapi jika tingkat signifikansi berada diatas 0,05 maka model regresi tidak dapat dipakai untuk memprediksi variabel *Just In Time* atau dengan kata lain tidak ada pengaruh variabel *Just In Time* (X) terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y).

Uji Hipotesis

Menurut Moloeng (2020:43) Uji hipotesis mempunyai arti yaitu suatu keharusan dalam penelitian secara kuantitatif hal ini bertujuan untuk menentukan keputusan berupa nilai signifikan yang mempengaruhi suatu fenomena, baik secara parsial atau hubungan antar variabel X dan simultan hubungan antara seluruh variabel independen terhadap variabel terikat Y atau dependen.

Berdasarkan didalam penelitian ini terdapat 2 variabel, maka peneliti hanya menggunakan uji t, sebagai berikut:

Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang disebabkan oleh variabel X (*Just In Time*) atau variabel independen terhadap variabel Y (Loyalitas Konsumen) atau dependent. Adapun kriteria dari uji statistik t (Ghozali, 2016).

1. Jika nilai signifikansi uji t $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikansi uji t < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Untuk mencari nilai perhitungan diatas, maka data yang sudah diproses terlebih dahulu diaplikasi *Microsoft Excel*, langkah selanjutnya adalah data yang didapatkan akan disubstitusikan pada program pengolah data statistik dengan aplikasi IBM SPSS versi 22.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari analisis penelitian yang dilaksanakan pada PT. TIKI JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Express Kota Gunungsitoli, Jln. DiPonegoro No.410a, Sifalaete Tabaloho terkait pengaruh *Just In Time* terhadap Loyalitas Konsumen dapat dikemukakan bahwa: *Just in time* (ketepatan waktu) dalam jasa layanan pengiriman barang seperti perusahaan JNE merupakan faktor penting yang dapat memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas konsumen, dikarenakan ketepatan waktu salah satu faktor penting yang membangun kepercayaan konsumen untuk tetap loyal dalam menggunakan jasa pengiriman tersebut, sehingga konsumen merasa puas dikuatkan dengan teori menurut Zikmund dalam Vanessa (2017:72) bahwa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kepuasan konsumen yang mana kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara harapan sebelum melakukan pembelian dengan kinerja yang dirasakan dengan demikian ketika mereka puas dengan ketepatan waktu maka mereka akan loyal dan kembali menggunakan jasa pengiriman. Dimana menurut Doni Juni Priansa (2017) "Loyalitas konsumen juga merupakan komitmen jangka panjang konsumen yang berwujud dalam perilaku dan sikap yang loyal terhadap perusahaan dan produknya dengan cara mengkonsumsi secara teratur dan berulang, sehingga perusahaan dan produknya menjadi bagian penting dari proses konsumsi yang dilakukan oleh konsumen". Berdasarkan hasil pengujian melalui aplikasi SPSS versi 22 dapat diketahui sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan Uji Validitas butir item angket variabel *X (Just In Time)* dan Variabel *Y (Loyalitas Konsumen)* memiliki nilai *Sig.* < 0,05 sehingga dinyatakan valid.
2. Hasil perhitungan Uji Reabilitas *Cronbach's Alpha* dari variabel *Just In Time* adalah sebesar 0,731 dan Loyalitas Konsumen sebesar 0,697. Oleh karena itu, uji reliabilitas dari kedua variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* diatas nilai 0,6.
3. Hasil Uji *Kolmogorov- Smirnov* pada penelitian ini menunjukan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 yang mana dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal dimana asumsi dan persyaratan normalitas dalam model regresi terpenuhi.
4. Perhitungan Uji Autokorelasi digunakan untuk melihat apakah ada atau tidak suatu nilai kesalahan pengganggu pada periode *t* korelasi yang telah didapat dengan korelasi kesalahan pengganggu periode *t-1* (sebelumnya). Dengan hasil pengujian menggunakan *Runs Test* menunjukan bahwa nilai *Sig* sebesar 0,180 > 0,05 maka tidak terjadi gejala autokorelasi berdasarkan ketentuan yang ada.
5. Hasil Uji heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot dapat diketahui bahwa titik-

titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y tanpa membentuk pola-pola teratur. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

6. Hasil uji koefisien determinasi nilai *R Square* menunjukkan nilai sebesar 0,248. Hal ini berarti nilai determinasi apabila dipersenkan berada pada nilai 25% yang merupakan nilai variabel *Just In Time* yang dapat dijelaskan. Sedangkan sisanya sebesar 75% tidak dapat dijelaskan atau tidak termasuk dalam pembahasan ini.
7. Selanjutnya hipotesis uji t pada ketentuan maka nilai *sig* < 0,05. Berdasarkan pengolahan data maka diketahui bahwa nilai signifikansi Variabel *Just In Time* terhadap variabel terikat Y adalah 0,000 maka dengan nilai ini dapat dikatakan variabel *Just In Time* (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y) atau $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak, H_a diterima. Maka variabel X memiliki (ada) pengaruh terhadap variabel Y.
8. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai F hitung = 14.513 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel *Just In Time* atau dengan kata lain ada pengaruh variabel *Just In Time* (X) terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y).
9. Sehingga hipotesis uji t variabel X terhadap variabel Y yang diolah dalam penelitian ini H_a diterima dan H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan variabel X terhadap variabel Y, pada PT. TIKI JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Express Kota Gunungsitoli, Jln. DiPonegoro No. 410a, Sifalaete Tabaloho.

Berdasarkan hasil pengujian diatas, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa ada pengaruh *Just In Time* (X) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) dan *Just In Time* (X) memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 25%. Hal ini dikuatkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sartika et al., (2020) mengemukakan bahwa adanya pengaruh antara ketepatan waktu terhadap loyalitas konsumen menggunakan jasa pengiriman dan ketepatan waktu memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 56.2%.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada PT. TIKI JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Express Kota Gunungsitoli, Jln. DiPonegoro No. 410a, Sifalaete Tabaloho terkait pengaruh *Just In Time* terhadap Loyalitas Konsumen, peneliti dapat memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Just In Time* (ketepatan waktu) memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. TIKI JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Express Kota Gunungsitoli, Jln. DiPonegoro No. 410a, Sifalaete Tabaloho. Sehingga H0 ditolak dan Ha diterima.
2. Pengaruh *Just In Time* (ketepatan waktu) terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. TIKI JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Express Kota Gunungsitoli, Jln. DiPonegoro No. 410a, Sifalaete Tabaloho sebesar 25%, artinya 75% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, Rafani, Y., and Hariyani. (2017) 'Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pangkalpinang)'.
- Andi Supangat. (2017) 'Statistika dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametik', Bandung, Kencana penada media group.
- Donni Junni Priansa. (2017) 'Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer', Bandung, Alfabeta.
- Eviani, I., and Hidayat, Y. R. (2021) 'Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi)', *Jurnal Manajemen Logistik*, <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>.
- Ghozali, I. (2018) 'Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed)', Semarang, Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021) 'Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10', Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafizha S., Abdurrahman, and H. S. Nuryani. (2019) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Huda, Miftahul. (2013) 'Model-Model Pengajaran Dan Pembelajaran : Isu-Isu Metodis Dan Paradigmatik', Yogyakarta, Pustaka Belajar.
- Jeremia Kolonio and Djurwati Soepeno. (2019) 'Pengaruh Service Quality, Trust, Dan Consumer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty Pada Cv. Sarana Marine Fiberglass', *Jurnal Emba*, 7(1).
- Lexy J Moleong. (2020) 'Metode Penelitian Kualitatif', Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Lisnasari, N., Rudi, A., and Pratiwi, D. (2016) 'Analisis pengaruh faktor ketepatan waktu dan tarif pengiriman barang atau jasa terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada

- PT Kerta Gaya Pusaka)', Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (Jipmb).
- Pangudi, Y. H. H., and Yuniati, T. (2018) 'Analisis Ketepatan Waktu, Pelayanan, Dan Keamanan Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pt Temas Line Surabaya', Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm).
- Rakhmad, Deddy, and Muhammad Riza. (2014) 'Analisis pengaruh kualitas layanan, harga, kepercayaan, citra perusahaan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan', Jurnal Wawasan Manajemen.
- Sakti, B. J. (2018) 'Analisis Pengaruh Kualitas Layana, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J &T Express Kota Semarang)', Journal of Management, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/22343>.
- Siagian, Yolanda M. (2005) 'Aplikasi Supply Chain Management dalam dunia bisnis', Jakarta, Grasindo.
- Soemohadiwidjojo, T. Arini (2018) 'SOP dan KPI untuk UMKM & Starup', Jakarta, Raih Asa Sukses.
- Sri Octaviana et al. (2019) 'Meningkatkan Pelayanan JNE di Batas Negeri', Penelitian Terdahulu.