

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN LOGISTIK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS: J&T EXPRESS DP PADANGSIDIMPUAN)

Aditia Sovia Pramudita – Tamadara Hilman - Sri Rezeki Nasution

Program Studi D4 Logistik Bisnis Politeknik Pos Indonesia

Email : aditiasovia@poltekpos.ac.id – tamadara@poltekpos.ac.id -
sri.rezekinst.9@gmail.com

ABSTRACT

J&T Express is one of the courier companies in Indonesia that has a desire to continue to improve the quality of their service. This study aims to determine the correlation of quality logistics services to customer satisfaction at J&T Express DP Padangsidimpuan using a quantitative approach with multiple linear regression data analysis. Sampling was carried out on 100 respondents who had used the services offered by J&T Express DP Padangsidimpuan. The results, there are 5 variables of Logistics Service Quality, namely Personnel Contact Quality, Quality of Information, Ordering procedures, Order Discrepancy Handling, Timeliness which are in accordance with the requirements if the significance is less than or equal to 0.05 (≤ 0.05) which is it means that there is a partial effect on customer satisfaction. However, the Order Condition variable, the research results obtained a significance value of 0.266 > 0.05, which means that no matter how good the order condition variable is, it does not lead to customer satisfaction. This shows that the multiple linear regression method is considered more efficient to find out how much influence the Logistics Service Quality variable has on customer satisfaction..

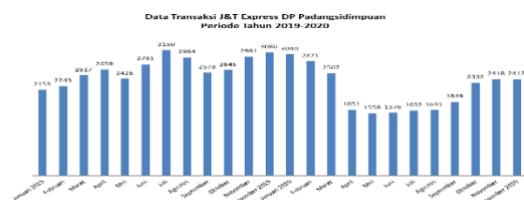
Keywords: logistics service quality, customer satisfaction, multilinear regression

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

J&T Express merupakan salah satu perusahaan jasa pengiriman barang di Indonesia yang memiliki keinginan untuk terus berkembang serta meningkatkan kualitas pelayanan serta berusaha untuk selalu memberikan dorongan terhadap pelanggan untuk menggunakan jasa pelayanan yang ditawarkan oleh J&T Express. J&T Express sendiri melayani pengiriman keseluruhan pedalaman kota maupun luar kota maupun luar negeri Bukan hanya itu saja pihak J&T Express juga menyediakan layanan pengambilan barang dan mengantarkan paket kiriman dengan cepat ke konsumennya, pada waktu yang bersamaan. Kualitas layanan telah menjadi prioritas dalam penelitian pemasaran dan logistik, yang berjalan

paralel pada kualitas, kualitas manajemen dan kepuasan pada perusahaan (Pramudita, 2020).



Gambar 1 Transaksi J&T Express DP Padangsidimpuan

Sumber: J&T Express, 2021

Dari data diatas dapat dilihat jumlah transaksi konsumen memiliki keadaan naik turun setiap bulannya. Pada tahun 2019 masih dapat dikatakan stabil.

Namun pada bulan April di tahun 2020 mengalami penurunan drastis dikarenakan pandemic Covid 19 yang mewajibkan warga Negara untuk tetap berada dirumah saja. Namun ada faktor lain yang menyebabkan penurunan penggunaan jasa ekspedisi J&T Express DP Padangsidimpuan. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan beberapa konsumen yang menggunakan jasa pengiriman melalui J&T Express dapat diketahui bahwa penurunan data transaksi yang dilakukan oleh konsumen pada J&T Express DP Padangsidimpuan untuk periode Januari 2019 hingga Desember 2020 dapat disebabkan oleh faktor antara lain yaitu kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan jasa kurir lain lebih baik daripada pelayanan yang diberikan oleh J&T Express DP Padangsidimpuan. J&T yang bergerak di bidang jasa kurir memiliki nama yang cukup terkenal di mata masyarakat, namun pada kenyataannya masih banyak kualitas pelayanannya yang belum memuaskan pelanggan J&T. Berikut merupakan perbandingan jumlah transaksi beserta data komplain yang diterima J&T Express DP Padangsidimpuan untuk periode waktu 2019 s/d 2020 antara lain sebagai berikut:

Tabel 1 Jumlah Transaksi, Komplain Konsumen serta Persentase Komplain di J&T Express Dp Padangsidimpuan Periode 2019 – 2020

Bulan	Data Transaksi Konsumen Periode 2019-2020		Data Komplain Periode 2019-2020	
	2019	2020	2019	2020
	Januari	2153	3040	14
Febuari	2243	2871	16	29
Maret	2517	2567	20	17
April	2659	1651	17	33
Mei	2426	1558	28	22
Juni	2791	1576	30	19
Juli	3150	1632	26	22
Agustus	2964	1641	11	26
September	2578	1849	19	34

Bulan	Data Transaksi Konsumen Periode 2019-2020		Data Komplain Periode 2019-2020	
	2019	2020	2019	2020
	Oktober	2645	2332	16
November	2981	2418	22	25
Desember	3086	2413	19	26
Jumlah	32193	25548	238	305
Komplain 2019	0.70%			
Komplain 2020	1.10%			

Sumber: J&T Express, 2021

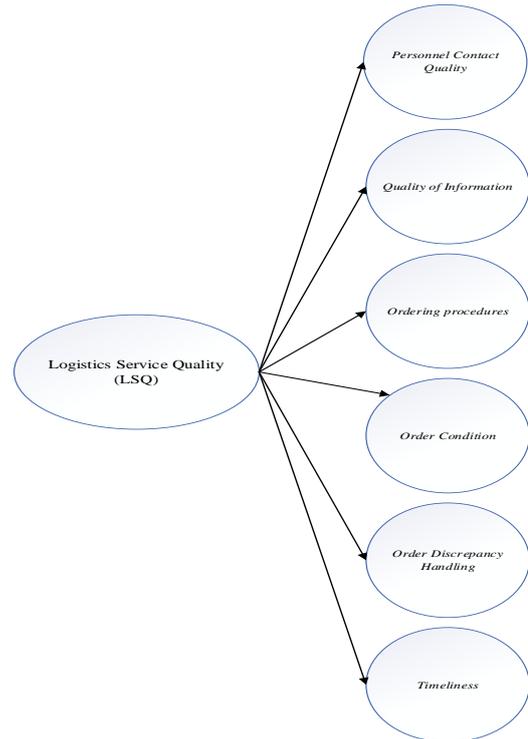
Pada saat terjadi pandemik Covid 19 yang membatasi gerak ruang dan secara otomatis berdampak pada penghambatan pergerakan barang. Hal ini berdampak terhadap penilaian kualitas pelayanan oleh konsumen terhadap perusahaan jasa ekspedisi seperti J&T Express. Tingkat ketidakpuasan pelanggan dari tahun 2019 sampai 2020 semakin meningkat, bisa dilihat dari bertambahnya persentase sebanyak 0.4% komplain dari 0.7% menjadi 1.1%. Meskipun dilihat bahwa persenan terjadinya *complaint* kurang dari 5% tetapi hal ini tidak bisa dianggap remeh dikarenakan setiap 1 orang yang merasa kecewa maka efek yang ditimbulkan bisa merusak nama baik perusahaan (Bowen, 2001). Hal ini terjadi dikarenakan segi kualitas pelayanan yang masih harus diperbaiki dan harus menjadikan suatu perhatian penting bagi pihak manajemen J&T Express DP Padangsidimpuan. Untuk mengetahui sejauh mana kemampuan J&T Express DP Padangsidimpuan memberikan kepuasan melalui pelayannya, melalui pengukuran kualitas pelayanan logistik atau *Logistics Service Quality* (LSQ). Pelayanan tersebut menekankan suatu upaya yang dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dalam kualitas pelayanan logistik terhadap kepuasan pelanggan yang telah menggunakan jasa layanan yang ditawarkan oleh J&T Express DP Padangsidimpuan.

B. Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan Logistik

Kotler dan Keller (2009) menyatakan kualitas adalah jaminan terbaik atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan dalam menghadapi persaingan dan satu satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan, jelas merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan. Sedangkan kualitas layanan logistik merupakan upaya untuk memahami kepuasan pelanggan dari perbedaan persepsi antara konsumen satu dengan konsumen lain pada berbagai atribut (dimensi-dimensi Kualitas Layanan Logistik) (Mentzer et al., 2001). Kualitas layanan Logistik adalah target, yang pelanggan dapat rasakan. Kualitas logistik tidak hanya dari produksi dan perdagangan tetapi dari output dan layanan logistik merupakan kualitas layanan pelanggan.

Logistics Service Quality merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menanggapi kebutuhan dan keinginan barang & jasa konsumen dengan mengoptimalkan jaringan barang dan jasa agar dapat sampai ke konsumen dengan tepat waktu sehingga terjadi kepuasan konsumen atau ekspektasi konsumen terpenuhi. LSQ dapat dikatakan sebagai generasi baru dari SERVQUAL (service quality), LSQ diharapkan mampu memberikan solusi dalam pengukuran kepuasan konsumen. Untuk konsep dari LSQ sendiri memiliki 9 dimensi, namun pada penelitian ini hanya akan menggunakan 6 dimensi yaitu: *Personnel Contact Quality*, *Quality of Information*, *Ordering procedures*, *Order Condition*, *Order Discrepancy Handling*, *Timeliness*. Hal ini dikarenakan dimensi *Order Release Quantities*, *Accuracy of Order*, *Order Quality* lebih mengarah terhadap jumlah ketersediaan produk, serta kesesuaian jumlah pesanan.



Gambar 2 Dimensi Logistic Service Quality (LSQ)

Sumber: Mentzer, 2001

1. *Personnel Contact Quality*
Tertuju pada perhatian pelanggan terhadap *contact people* dari bagian logistik perusahaan. Secara spesifik, pelanggan melihat tentang para staf layanan pelanggan berpengalaman atau tidak, berempati terhadap situasi pelanggan, dan membantu pelanggan menyelesaikan masalah mereka.
2. *Quality of Information*
Mengacu pada persepsi pelanggan terhadap informasi yang disediakan oleh perusahaan mengenai produk yang dapat dipilih oleh pelanggan. Jika informasi yang didapatkan oleh pelanggan jelas dan dapat dipahami, maka pelanggan dapat menggunakan informasi tersebut untuk mengambil keputusan.
3. *Order Condition*
Membahas tentang kondisi barang mulai dari proses pengiriman dilakukan hingga sampai ke tangan penerima atau pelanggan. Jika kondisi barang pada saat diterima oleh penerima rusak, maka hal ini akan berdampak terhadap kepuasan.

Sehingga perusahaan harus segera menangani hal tersebut dan memberikan solusi kepada pelanggan.

4. *Order Quality*

Merupakan dimensi dimana pelanggan melihat seberapa baik produk berfungsi. Ini termasuk seberapa baik produk sesuai dengan spesifikasi produk dan kebutuhan pelanggan. Dimensi ini berkaitan dengan pembuatan produk.

5. *Order Discrepancy Handling*

Dimensi ini mengacu terhadap seberapa baik perusahaan menangani ketidaksesuaian dalam pesanan yang terjadi setelah pesanan sampai di pelanggan. Seberapa baik perusahaan dapat menangani masalah yang terjadi akan berpengaruh pada persepsi konsumen pada kualitas pelayanan perusahaan tersebut.

6. *Timeliness*

Membahas tentang apakah pesanan tiba di lokasi pelanggan sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Timeliness juga mengacu pada waktu yang dibutuhkan antara penempatan pesanan dan penerimaan di pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kata “kepuasan” atau dalam bahasa Inggris disebut “*satisfaction*” berasal dari bahasa Latin, yaitu “*satis*” yang berarti cukup baik, memadai dan “*factio*” yang artinya melakukan atau membuat. Lovelock et al (2005:56) mendefinisikan kepuasan sebagai berikut:

“Satisfaction can be defined as an attitude-like judgement following a purchase act or series of consumer product interactions. Satisfaction is a function of positively disconfirmed expectations (better than expected) and positive affect.”

Kotler & Keller dalam bukunya “*Marketing Management*” (2013:32) mendefinisikan kepuasan sebagai berikut:

“Satisfaction reflects a person judgement of a products perceived performance in

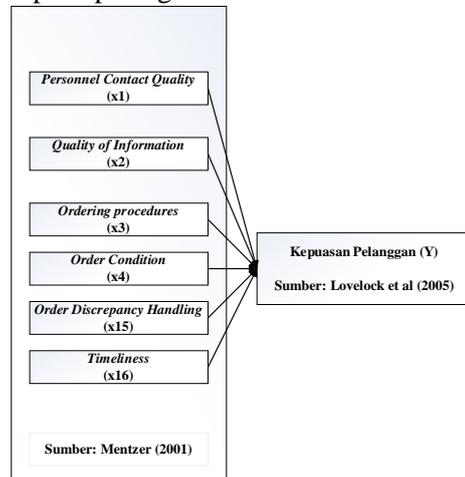
relationship to expectations. If the performance falls short of expectations, the customer is satisfied. If it matches expectation, the customer is satisfied. If it exceeds them, the customer is delighted.”

Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perbandingan dari ekspektasi konsumen kepada persepsi mengenai interaksi jasa (*service encounter*) yang sebenarnya. Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan arti dari kepuasan adalah perasaan atau respon seseorang terhadap suatu hal yang dianggap baik atau memadai dan menyenangkan atau suatu hal yang mengecewakan yang berasal dari konsumsi suatu produk atau jasa setelah membandingkan harapan yang dimilikinya terhadap produk atau jasa dengan apa yang diterimanya dari produk atau jasa tersebut.

C. Metode Penelitian

Perusahaan yang menginginkan agar usahanya dapat beroperasi secara terus menerus harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya. Perusahaan pengiriman surat dan paket seperti J&T Express memiliki standar tertentu dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Bila pelanggan telah merasa puas, biasanya akan melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan kepada pihak lain terhadap produk atau jasa tersebut bila di kemudian hari muncul kebutuhan yang sama. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan logistik (*logistics service quality*). Bila pelayanannya berkualitas, maka konsumen puas. Namun sebaliknya, bila pelayanannya tidak berkualitas, maka konsumen tidak puas. Kualitas pelayanan logistik (*logistics service quality*). terbagi menjadi empat elemen, yaitu *Timeliness* (Ketepatan Waktu), *Accuracy of Order* (Ketepatan

Order), *Quality of Information* (Kualitas Informasi), *Quality of Contact Personnel* (Kualitas Kontak Personel). Berdasarkan pemikiran di atas, maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran seperti pada gambar 3:



Gambar 3 Kerangka Pemikiran

Bentuk dari penelitian ini ialah penelitian yang menggunakan metode survei dengan dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:14) Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik.

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji instrumen data yang digunakan untuk mengetahui seberapa cermat instrumen pengukuran yang digunakan dalam mengukur sebuah variabel. Metode yang digunakan adalah *Corrected Item-Total Correlation*, yang mana apabila r hitung positif, r hitung $> r$ table, maka butir tersebut valid. Jika r hasil tidak positif, r hitung $< r$ table, maka butir tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Metode yang digunakan adalah *cronbach alpha*. Dasar pengukuran yang digunakan adalah apabila nilai *cronbach*

α lebih dari 0,06 maka instrumen kuesioner dinyatakan *reliable*.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pada uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variabel bebas. Pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas ialah dengan melihat nilai tolerance. Jika Nilai *Tolerance* lebih besar dari > 0.10 aka artinya tidak terjadi Multikolinearitas Dan juga dengan melihat nilai VIF jika nilai VIF lebih kecil dari < 10.00 artinya tidak multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual dalam model tidak homogen. Tujuan dilakukan pengujian ini ialah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk dasar pengambilan keputusannya ialah $\text{Sig} > 0,05$ tidak terjadi Heteroskedastisitas dan $\text{Sig} < 0,05$ terjadi Heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda pada dasarnya merupakan regresi linier yang digunakan untuk mengestimasi hubungan antara dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen yang akan diteliti. Dalam beberapa situasi, analisis regresi berganda dapat digunakan untuk menyimpulkan hubungan kausal antara variabel independen dan dependen. Yang penting, regresi itu sendiri hanya mengungkapkan hubungan antara variabel dependen dan kumpulan variabel independen dalam kumpulan data tetap.

5. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan tentang apa yang kita amati dalam upaya untuk memahaminya. Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen (x) terhadap variabel dependen (y) secara parsial.

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut:

- $H_0: \beta = 0$, tidak terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di J&T Express DP Padangsidimpuan.
- $H_a: \beta \neq 0$, terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di J&T Express DP Padangsidimpuan.

b. Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2012: 98) Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat dengan ketentuan sebagai berikut:

- $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6 = 0$ (Tidak ada pengaruh Kualitas Pelayanan Logistik terhadap kepuasan pelanggan).
- $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6 \neq 0$ (Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan Logistik terhadap kepuasan pelanggan).

6. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Jika koefisien determinasi :

- (R^2) = 1, artinya variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Jika koefisien determinasi

(R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen.

D. Hasil dan Pembahasan

Dari olah data melalui aplikasi SPSS maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2 Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.252	0.495		2.531	0.013
PCQ	0.173	0.041	-0.07	4.188	0
QI	0.119	0.045	-0.067	2.67	0
OP	0.945	0.028	1.323	33.301	0
OC	0.028	0.025	0.017	1.12	0.266
ODH	0.798	0.061	0.612	13.082	0
TL	0.326	0.055	0.253	5.906	0

1. Nilai koefisien regresi PCQ, sebesar 0,173 dengan nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan terhadap variabel Personnel Contact Quality (X1) naik sebesar 1 kali maka akan menyebabkan peningkatan penilaian terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,173. Dan pada angka t-hitung sebesar 4,188 > t-tabel 1,985; berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga secara parsial (individu) terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara Personnel Contact Quality (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
2. Nilai koefisien regresi QI, sebesar 0,119 dengan nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan terhadap variabel Quality of Information (X2) naik sebesar 1 kali maka akan menyebabkan peningkatan penilaian terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,119. Dan pada angka t-hitung sebesar 2.670 > t-tabel 1,985; berarti H_0 diterima, dan H_a , sehingga secara parsial (individu) terdapat pengaruh

secara signifikan dan positif antara Quality of Information (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

3. Nilai koefisien regresi OP, sebesar 0,945 dengan nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan terhadap variabel Ordering procedures (X3) naik sebesar 1 kali maka akan menyebabkan peningkatan penilaian terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,945. Dan pada angka t-hitung sebesar $33,013 > t\text{-tabel } 1,985$; berarti H_0 ditolak, dan H_a diterima, sehingga secara parsial (individu) terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara Ordering procedures (X3), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
4. Nilai koefisien regresi OC, sebesar 0,028 dengan nilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan terhadap variabel Order Condition (X4) naik sebesar 1 kali maka akan menyebabkan penurunan penilaian terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,028. Dan pada angka t-hitung sebesar $1,120 < t\text{-tabel } 1,985$; berarti H_0 diterima, dan H_a ditolak sehingga secara parsial (individu) tidak terdapat pengaruh secara signifikan Order Condition (X4) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
5. Nilai koefisien regresi ODH, sebesar 0,798 dengan nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan terhadap variabel Order Discrepancy Handling (X5) naik sebesar 1 kali maka akan menyebabkan peningkatan penilaian terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,798. Dan pada angka t-hitung sebesar $13,082 > t\text{-tabel } 1,985$; berarti H_0 ditolak, dan H_a diterima, sehingga secara parsial (individu) terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara Order Discrepancy Handling (X5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Nilai koefisien regresi TL, sebesar 0,326 dengan nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan terhadap

variabel Timeliness (X6) naik sebesar 1 kali maka akan menyebabkan peningkatan penilaian terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,326. Dan pada angka t-hitung sebesar $33,013 > t\text{-tabel } 1,985$; berarti H_0 diterima, dan H_a diterima, sehingga secara parsial (individu) terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara Order Discrepancy Handling (X5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 3 Uji F

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	.760	6	.127	3.145	.004 ^b

Dari tabel F diatas, diketahui bahwa nilai Fhitung $3,145 > F\text{tabel } 2,197$ dengan signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$ yang berarti faktor Kualitas Pelayanan Logistik secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, maka Hipotesis (H_7) diterima.

Tabel 4 Koefisien Determinasi

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.411 ^a	.169	.115

Dari hasil uji R^2 , diperoleh nilai adjusted R^2 sebesar 0,115 atau 11,5%. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel Kualitas Pelayanan Logistik terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu sebesar 11,5%, sedangkan sisanya sebesar 88,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari 100 sampel pelanggan yang telah menggunakan jasa layanan J&T Express DP Padangsidimpuan yang telah dijelaskan dalam analisis data yang terdapat pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil Uji t menunjukkan bahwa Personnel Contact Quality (X1) secara parsial berpengaruh positif

- terhadap kepuasan pelanggan. yang menjelaskan bahwa semakin Customer Service ataupun staff J&T Express DP Padangsidimpuan mudah dihubungi dalam hal pelayanan, semakin mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut.
2. Quality of Information (X2) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang berarti staff ataupun sprinter menyampaikan informasi proses pengiriman dan lokasi paket yang sedang berlangsung secara update kepada konsumen melalui telepon dan sms semakin mempengaruhi kepuasan pelanggan.
 3. Hasil uji t menunjukkan bahwa Ordering procedures (X3) secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. menjelaskan bahwasanya konsumen dapat melakukan pengiriman paket dari rumah menggunakan telepon, website, ataupun aplikasi serta melakukan pembayaran menggunakan uang tunai, kartu debit ataupun melalui shopee pay yang mempermudah konsumen dalam bertransaksi semakin mempengaruhi kepuasan pelanggan.
 2. Order Condition (X4) secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. yang menjelaskan bahwa Order Condition memiliki penilaian yang berbeda terhadap masing-masing konsumen dan penilaian tersebut mengarah kepada seller / retail barang order atau dapat disebut suatu persamaan yang tidak diidentifikasi. Hal tersebut tidak menjadi patokan bagi perusahaan jasa pengiriman yang hanya bertugas sebagai penyedia moda dan distribusi barang order.
 3. Hasil uji t menunjukkan bahwa Order Discrepancy Handling (X5) secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan menjelaskan bahwasanya J&T Express DP Padangsidimpuan bertanggung jawab dan menanganinya dengan baik jika terjadi kerusakan paket,

kesalahan pengiriman barang. Semakin baik pertanggungjawaban serta cara penanganannya semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh J&T Express DP Padangsidimpuan.

4. Timeliness (X6) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berarti semakin baik dan cepat serta tidak terjadi keterlambatan waktu dalam pengiriman, semakin mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh J&T Express DP Padangsidimpuan.

Hasil uji F menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Logistik secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dimana perhitungan Fhitung sebesar $3,145 > F_{tabel} 2,197$ dengan tingkat signifikansi 0,004.

E. Kesimpulan

Dari kesimpulan tanggapan yang ditunjukkan dari data tanggapan responden dapat diketahui bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan Logistik (LSQ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial, *Quality of Information*, *Ordering Procedures*, *Order Discrepancy Handling*, dan *Timeliness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. *Order Condition* merupakan salah satu dimensi pada Kualitas Pelayanan Logistik (LSQ) yang tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

F. Referensi

- Adi Prasetyo, (2008) Skripsi Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bmt Kaffah Yogyakarta, SEM Institut Yogyakarta.
- Ainani, M. (2016) Analisis Kualitas Pelayanan Pada Pasien Puskesmas di Surakarta Empirika, 10 (2), 8-71.
- Arisutha, Damartaji. (2015). Dimensi Kualitas Pelayanan. Jakarta: Gramedia Pustaka.

- Aritonang R Lerbin R. (2005). Kepuasan Pelanggan Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Bowen, John T & Shiang-Lih Chen. (2001). The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 13, No. 5, pp. 213-217.
- Christopher, Lovelock and K. Wright Lauren, 2005. Pemasaran Jasa (terjemahan), Jakarta: Gramedia.
- Dharmesta dan Handoko, (2013). Manajemen Pemasaran dan Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta:BPPEE.
- Griselda, G., & Panjaitan, T.M. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Duwa, *Jurnal Manajemen DeReMa*, (1), 39-92.
- John T. Mentzer, Daniel J. Flint, & G. Tomas M. Hult. (2001). "Logistics Service Quality as a Segment-Customized Process" *Journal of Marketing* Vol. 65 (October 2001), 82–104
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kristanto, Jesica. (2018). Skripsi Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe One Eighteenth Cofee. Universitas Kristen Petra.
- Lubis, Alfi S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Jurnal Adiministrasi* (1), 232-243.
- Marthul, Shadiqqin. (2004). Implementasi Dimensi Kualitas Pelayanan Konsumen, Jakarta: Sinar Grafika.
- Pramudita, A. S. (2020). Pengaruh insight media sosial instagram. *JURISMA: Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 10(April 2020), 1–14.