

**PENGARUH KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS PELANGGAN DI
MARKETPLACE SHOPEE YANG MENGGUNAKAN JASA SHOPEE
EXPRESS DI KOTA PASURUAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana S1



AKHMAD MUJAKI

NIM : 201969100070

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2023

**PENGARUH KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS PELANGGAN DI
MARKETPLACE SHOPEE YANG MENGGUNAKAN JASA SHOPEE
EXPRESS DI KOTA PASURUAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana S1



AKHMAD MUJAKI

NIM : 201969100070

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan Marketplace Shopee Yang Menggunakan Jasa Shopee Express di kota Pasuruan

Disusun oleh : Akhmad Mujaki

NIM : 201969100070

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan di depan penguji

Pasuruan, 01 Agustus 2023

Menyetujui



Kaprodi

Nur Ajizah, S.Sos., M.AB
NIP.Y 0691502001

Pembimbing

Amma Fazizah, S.Sos., M.AB
NIP.Y 0691103040

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA
PASURUAN, PADA:

HARI : Selasa

TANGGAL : 08 Agustus 2023

JAM : 12.00- selesai

JUDUL : Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kepercayaan Terhadap
Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan Marketplace Shopee
Yang Menggunakan Jasa Shopee Express di Kota Pasuruan.

DINYATAKAN LULUS MAJELIS PENGUJI

KETUA PENGUJI



Dr. Kholid Murthadlo, S.E., M.E
NIP. Y 0690203006

ANGGOTA PENGUJI



Nur Ajizah, S.Sos., M.AB
NIP. Y 0691502001

MENGESAHKAN,



Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik

Dr. Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB
NIP. Y 0691103037

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Keluarga kecilku. Bapak, Ibu, dan Kakak yang sudah menjadi segalanya untukku, memberikan apapun yang aku butuhkan, menjadi alasan untuk tetap semangat dan tegar dalam menjalani dan menghadapi proses yang ada.

Semoga skripsi ini menjadi sebuah kebanggaan untuk Bapak dan Ibu, juga menjadi karya tulis ilmiah yang dapat bermanfaat bagi para pembacanya sehingga jariah ilmu terus mengalir dan pahala akan sampai pada Bapak dan Ibu. Tak ada kata lain yang bisa Akhmad ucapkan lagi selain “Terima Kasih Banyak Bapak dan Ibu” atas semuanya.

MOTTO

"Rahasia kebahagiaan itu ada dalam tiga hal : bersabar, bersyukur, dan ikhlas."

&

"Barang siapa bersungguh-sungguh, maka dia akan mendapatkan keberhasilannya"

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AKHMAD MUJAKI

NIM : 201969100070

Fakultas : ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalih tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikarenakan hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 07 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow METRAI TEPEL stamp. The stamp features the Garuda Pancasila logo and the text '1000', 'METRAI TEPEL', and the serial number 'F2AKX504383391'. The signature is written in a cursive style.

AKHMAD MUJAKI
NIM. 2019.69.10.0070

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan loyalitas Pelanggan Di Marketplace Shopee Yang Menggunakan Jasa Shopee Express di kota Pasuruan”. Proposal skripsi ini disusun sebagai syarat dalam menyelesaikan studi jenjang strata 1 (S1) Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Yudharta Pasuruan. Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pemikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

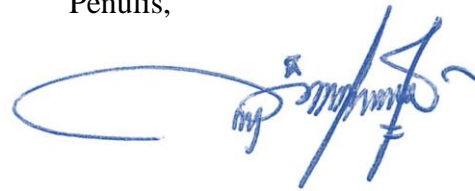
1. Bapak Dr. Kholid Murtadlo, S.E selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
2. Ibu Any Urwatul Wusko, S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik.
3. Ibu Nur Ajizah, S.Sos., M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis dan selaku Dosen Pembimbing.
4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang selama ini telah membimbing dan menularkan kajian keilmuannya kepada penulis selama proses perkuliahan maupun diluar perkuliahan. Kedua Orang Tua yang telah memberikan semangat serta doanya.

5. Teman-teman yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyusunan proposal penelitian ini.
6. Semua pihak yang terlibat dan yang tidak disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah berjasa dan membantu baik moril maupun semangat dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Saya menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini masih jauh dari kata sempurna baik dari segi penulisan maupun tata bahasanya. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya kemampuan pengetahuan dan wawasan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu saya mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penyusunan skripsi di masa yang akan datang. Akhir kata saya berharap laporan ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Pasuruan, 01 Februari 2023

Penulis,



Akhmad Mujaki
2019.69.1000.70

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	3
TANDA PENGESAHAN.....	4
PERSEMBAHAN.....	5
MOTTO	6
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	7
KATA PENGANTAR.....	8
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR TABEL	14
DAFTAR GAMBAR	16
DAFTAR LAMPIRAN.....	17
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pemasaran Jasa.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Pengertian Ketepatan Waktu Pengiriman	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Pengertian Kepercayaan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.6 Pengertian Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.

2.2	Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.3	Hubungan Antar Variabel	Error! Bookmark not defined.
2.3.1	Pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen Error! Bookmark not defined.	
2.3.2	Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.3.3	Pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap loyalitas pelanggan Error! Bookmark not defined.	
2.3.4	Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan .	Error! Bookmark not defined.
2.3.5	Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
2.4	Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
3.1	Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Variabel Dan Pengukuran	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Variabel Independen	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Variabel Dependen.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.3	Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Populasi Dan Sempel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.3	Teknik Pengambilan Sample.....	Error! Bookmark not defined.
3.5	Teknik Pengambilan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Metode Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6	Teknik Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Uji Instrumen	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.

4.1	Penyajian Data	Error! Bookmark not defined.
4.2	Gambaran Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Sejarah perusahaan Shopee	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Visi Dan Misi Perusahaan Shopee	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Shopee Marketplace	Error! Bookmark not defined.
4.2.4	ShopeePay	Error! Bookmark not defined.
4.2.5	Shopee Food.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.6	Shopee Express	Error! Bookmark not defined.
4.3	Gambaran umum Responden	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengguna Marketplace Shopee	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Membeli Barang Di Shopee Yang Menggunakan Jasa Shopee Express.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
4.3.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
4.3.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .	Error! Bookmark not defined.
4.3.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang Saku	Error! Bookmark not defined.
4.4	Hasil Analisis Statistik Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Ketepatan Waktu Pengiriman	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Kepercayaan	Error! Bookmark not defined.
4.4.3	Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.4	Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
4.5	Uji Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
4.5.2	Uji Reabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.6	Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.6.1	Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.6.1	Uji Linearitas.....	Error! Bookmark not defined.

4.7	<i>Path Analisis</i> (Analisis Jalur)	Error! Bookmark not defined.
4.7.1	Koefisien Analisis Jalur Model 1 (Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen)	Error! Bookmark not defined.
4.7.2	Koefisien Analisis Jalur Model 2 (Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman, Kepercayaan dan Kepuasan konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan).....	Error! Bookmark not defined.
4.8	Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.8.1	Hasil Pengujian Hipotesis 1	Error! Bookmark not defined.
4.8.2	Hasil Pengujian Hipotesis 2	Error! Bookmark not defined.
4.8.3	Hasil Pengujian Hipotesis 3	Error! Bookmark not defined.
4.8.4	Hasil Pengujian Hipotesis 4	Error! Bookmark not defined.
4.8.5	Hasil Pengujian Hipotesis 5	Error! Bookmark not defined.
4.9	Koefisien Determinasi (R^2).....	Error! Bookmark not defined.
4.10	Pembahasan Dari Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.10.1	Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y_1).....	Error! Bookmark not defined.
4.10.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan konsumen	Error! Bookmark not defined.
4.10.3	Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
4.10.4	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
4.10.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
BAB V	PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN – LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Mapping</i> Penelitian Terdahulu.....	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 3.1 Indikator Variabel	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 3. 2 Skala Likert	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengguna Marketplace Shopee	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Membeli Barang Di Shopee Yang Menggunakan Jasa Shopee Express.....	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4. 6 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang Saku	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.7 Skala Distribusi Kriteria	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden	Error!
Bookmark not defined.	

Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas.....	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.13 Hasil Uji Reabilitas	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Model 1	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Model 2.....	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.17 Hasil Analisis Jalur Model 1	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.18 Hasil Analisis Jalur Model 2.....	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis 1	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis 2.....	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis 3	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis 4.....	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis 5	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 1.....	Error!
Bookmark not defined.	

Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model 2..... **Error!**

Bookmark not defined.

Tabel 4.26 Kriteria R Square **Error!**

Bookmark not defined.

DAFAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform data kunjungan di tahun 2022 **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 1.2 Grafik Pertumbuhan PDRB Kota Pasuruan Berdasarkan ADHB dan ADHK Pada Tahun 2016-2020..... **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Hidayat & Muhammad Riza Firdaus, (2014) **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir Hidayat & Muhammad Riza Firdaus, (2014). **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 2.3 Kerangka Berfikir Dewi, Sri Yanthy Yosepha, (2020)..... **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 2.4 Kerangka Berfikir Dewantoro *et al.*, (2020) **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 2.5 Kerangka Berfikir Shella, (2020) **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 2.6 Kerangka Berfikir Wayuni & P.Adam, (2021). **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 2.7 Kerangka Berfikir Zahra *et al.*, (2022)..... **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 2.8 Kerangka Berfikir Muhtarom *et al.*, (2022) **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 2.9 Kerangka Berfikir Sampornoi *et al.*, (2022) **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 2.10 Kerangka Berfikir Aisy & Windiarti, (2022) **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 2.11 Kerangka Hipotesis Pemikiran..... **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 3.4 Model Analisis Jalur 1.....	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 3.5 Model Analisis Jalur 2	Gambar 3.6 Model Analisis Jalur 1 Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 3.10 Model Analisis Jalur 2	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 3.14 kerangka Analisis Jalur/Path	Gambar 3.15 Model Analisis Jalur 2 Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 3.19 kerangka Analisis Jalur/Path	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 4. 1 Logo Shopee.....	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 4.2 Logo Shopee Express	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Model 1	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas Model 2	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 4.5 Model analisis jalur 1	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 4.5 Model analisis jalur 1	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 4.6 model analisis jalur 2.....	Error!
Bookmark not defined.	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Curriculum Vitae **Error!**

Bookmark not defined.

Lampiran 2 : Surat Persetujuan Penelitian **Error!**

Bookmark not defined.

Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian..... **Error!**

Bookmark not defined.

Lampiran 4 : Tabulasi Jawaban Responden..... **Error!**

Bookmark not defined.

Lampiran 5 : Hasil Output SPSS..... **Error!**

Bookmark not defined.

ABSTRAK

Akhmad Mujaki. Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Yudharta Pasuruan. Juli 2023. Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas pelanggan di Marketplace Shopee yang Menggunakan Jasa Shopee Express. (Studi Pada Konsumen di Kota Pasuruan).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ketepatan waktu pengiriman (X_1), dan kepercayaan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y_1) dan loyalitas pelanggan (Y_2). Penelitian ini menggunakan pendekatan *explanatory research* dengan metode kuantitatif. Pengumpulan data penelitian ini adalah melalui sebar kuesioner atau angket kepada 100 responden. Teknik analisis data menggunakan software SPSS versi 16, yang mana data tersebut akan diolah, diuraikan, dan dibahas untuk menjawab dan membuktikan hipotesis yang diajukan. Adapun hasil penelitian sebagai berikut: (1). Ketepatan waktu pengiriman (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y_1). (2). Kepercayaan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y_1). (3). Ketepatan waktu pengiriman (X_1) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y_2). (4). Kepercayaan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y_2). (5). Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y_2).

Kata Kunci : Ketepatan waktu pengiriman, Kepercayaan, Kepuasan konsumen, Loyalitas pelanggan, Shopee Express.

ABSTRACT

Ahmad Mujaki. *Business Administration Study Program, Yudharta University Pasuruan. July 2023. The Effect of Timely Delivery and Trust on Consumer Satisfaction and Customer Loyalty in the Shopee Marketplace Using Shopee Express Services. (Study on Consumers in Pasuruan City).*

The purpose of this study was to determine how much influence the timeliness of delivery (X1) and trust (X2) have on customer satisfaction (Y1) and customer loyalty (Y2). This study uses an explanatory research approach with quantitative methods. The data collection for this research was by distributing questionnaires to 100 respondents. The data analysis technique uses SPSS version 16 software, in which the data will be processed, described, and discussed to answer and prove the proposed hypotheses. The research results are as follows: (1). Timeliness of delivery (X1) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y1). (2). Trust (X2) has a positive and significant effect on customer satisfaction (Y1). (3). Timeliness of delivery (X1) has no effect and is not significant on customer loyalty (Y2). (4). Trust (X2) has a positive and significant effect on customer loyalty (Y2). (5). Consumer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty (Y2).

Keywords : *On time delivery, Trust, Consumer satisfaction, Customer loyalty, Shoope Express.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi telah menghasilkan beragam produk dengan kegunaan yang berbeda. Di setiap wilayah di dunia, terdapat produk dan jasa yang dihasilkan sesuai dengan kondisi alam dan budaya setempat. Sebagai contohnya, orang-orang yang tinggal di wilayah dengan empat musim akan menciptakan produk yang berbeda-beda tergantung pada cuaca yang sedang berlangsung. Walaupun begitu, sektor pangan dan pakaian tetap menjadi fokus utama dalam produk dan jasa yang dihasilkan di berbagai daerah. Setiap jenis produk dan jasa memerlukan bahan-bahan, baik yang masih mentah maupun yang sudah diolah sebelumnya. Leon A. Abdillah, Faried Effendy, *et al*, (2021).

Perkembangan pesat teknologi informasi di Indonesia telah menjadi salah satu faktor utama dalam mendorong pertumbuhan jasa pengiriman. Hal ini telah disertai dengan kompleksitas dan persaingan yang semakin meningkat di antara perusahaan dan organisasi penyedia layanan pengiriman. Kondisi ini muncul sebagai hasil dari peningkatan volume produk dan permintaan yang semakin tinggi dari pengguna layanan tersebut. Kualitas layanan pengiriman

menjadi faktor penting dalam menciptakan diferensiasi produk, positioning, dan strategi bersaing dalam pemasaran layanan pengiriman barang dan jasa. Jasa pengiriman memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan diharapkan akan terus berkontribusi pada penyerapan tenaga kerja dan profitabilitas perusahaan di masa depan.

Penggunaan internet yang semakin pesat telah memperlihatkan bahwa jasa pengiriman barang dan jasa memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi. Menurut hasil penelitian Zhang *et al.* (2018) dan Hayashi, Nemoto, dan Nakaharai (2014), penggunaan online shopping melalui pencarian di internet mencapai 80%. Oleh karena itu, perusahaan perlu menciptakan keunggulan dalam bidang layanan, termasuk layanan pengiriman barang dan jasa, untuk dapat bersaing dalam kondisi tersebut. Salah satu indikator keberhasilan suatu perusahaan dalam menerapkan keunggulan layanan pengiriman adalah jumlah pengguna layanan yang merasa puas dengan layanan yang diberikan. Joli Afriany, *et al* (2020).

Proses yang pasti terjadi pada *online shopping* yakni pembeli dan penjual tidak bertemu langsung, sehingga diperlukan jasa pengiriman untuk mengirimkan barang yang dibeli. Apabila pembeli dan penjual berada di daerah yang sama, biaya pengiriman akan lebih murah. Namun, jika barang dan jasa dikirim ke luar daerah, kota, atau bahkan negara, maka akan dikenakan biaya administrasi yang tinggi, serta aturan-aturan yang berlaku di instansi penyedia jasa pengiriman. Lucia Priandarini (2007).

Persaingan yang digunakan untuk memenangkan jasa pengiriman dalam industri adalah menawarkan keunggulan yang dihasilkan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi. Pelayanan merupakan peran terpenting di setiap jasa pengiriman untuk memenuhi kepuasan para pelanggan, dan merupakan salah satu fitur yang penting di negara maju. Untuk tetap bersaing dan mempertahankan pelanggan, perusahaan pengiriman harus menyusun strategi yang baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Menurut Lubis (2019: 26), penilaian kualitas pelayanan jasa pengiriman mencakup beberapa komponen seperti customer service, kurir, dan kerusakan barang pada saat paket diterima. Demikian pula, Prihandoyo (2019: 118) menekankan bahwa kualitas pelayanan harus berfokus pada kebutuhan dan harapan setiap pelanggan jasa pengiriman, serta penting untuk memberikan informasi yang tepat dan sesuai dengan informasi yang diberikan kepada pelanggan ketika mereka menanyakan ketepatan waktu pengiriman. Hal ini harus dikomunikasikan dengan jelas dan tepat waktu untuk menghindari kesalah pahaman, Tania (2021).

Seiring dengan pesatnya perkembangan industri jasa, pada awal tahun 1990-an, kualitas pelayanan mulai dianggap sebagai faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan di Indonesia. Seiring dengan semakin sulitnya menggunakan kualitas produk sebagai faktor pembeda dengan produk pesaing, tidak heran jika banyak perusahaan mulai membentuk departemen *customer service*, menyediakan pelayanan hotline, serta mengimplementasikan program-program yang berfokus pada

peningkatan kualitas pelayanan. Pada tahun 2000-an, muncul beberapa konsep baru terkait kualitas dan kepuasan pelanggan, di antaranya *customer relationship management* dan *six sigma* yang menjadi populer.

Ketepatan waktu pengiriman adalah ketepatan pengiriman barang pada konsumen dan jaminan barang pesanan selamat hingga sampai tujuan menjadi ujung tombak perusahaan, hal ini ditunjukkan oleh penyedia jasa pengiriman agar mendapat timbal balik dari konsumen berupa memperoleh kepercayaan dan kesetiaan konsumen. Handoko, (2010) dalam jurnal Zahra *et al.*, (2022). Semua paket yang diterima harus dikirim tepat waktu sesuai dengan jadwalnya. Hal ini sangat berhubungan dengan kepuasan pelanggan yang akan mempengaruhi citra perusahaan baik atau buruk.

Kepercayaan adalah suatu keyakinan konsumen dengan pihak produsen bahwa tindakan tersebut merupakan hal yang baik bagi dirinya. Mayar *et al.*, dalam jurnal Muhtarom *et al.*, (2022). Percaya dapat diukur melalui dua aspek, yaitu kemampuan dan kebijakan kemampuan, yang dapat berdampak pada kepercayaan terhadap merek.

Kepuasan pelanggan tidak hanya bergantung pada kerja keras, tetapi juga terkait dengan budaya perusahaan. Tanggung jawab utama dalam pembentukan budaya perusahaan berada pada top management. Meningkatkan kualitas dengan menambah anggaran mungkin relatif mudah dilakukan, namun mengubah sikap dan perilaku karyawan jauh lebih sulit

karena terkait dengan pola pikir yang telah terbentuk sejak lama. Handi irawan D (2003)

Loyalitas pelanggan adalah tindakan atau respon yang positif atas suatu merek dengan menggunakan produk tersebut secara berkesinambungan dengan jangka waktu yang tak terbatas. Sutisna (2003:41) dalam jurnal Wayuni & P.Adam (2021). Loyalitas pelanggan adalah aset yang bernilai strategik, maka peneliti perilaku konsumen tertarik untuk mengembangkan dan memformulasikan konsep beserta pengukurannya. Masalah pokok yang timbul bagi para peneliti adalah bagaimana mendefinisikan istilah kesetiaan, apakah istilah tersebut dikaitkan dengan perilaku konsumen atautkah sikap konsumen.

Beberapa penelitian terdahulu berhasil menunjukkan hubungan signifikan mengenai pengaruh ketepatan waktu pengiriman, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan, seperti peneliti Surti Zahra (2022). Menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap loyalitas. Hidayat & Muhammad Riza Firdaus (2014) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Ni Putu Ayu Ratih Wayuni Rosida P.Adam (2021). Menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dunia pemasaran menyatakan bahwa penggunaan platform digital, seperti jasa pengiriman barang saat ini sangatlah penting karena dapat

mempermudah konsumen dalam mencari jasa atau barang yang mereka butuhkan dari distributor atau penjual, dan kemudian mengirimkan barang tersebut melalui jasa pengiriman yang tersedia pada platform tersebut.

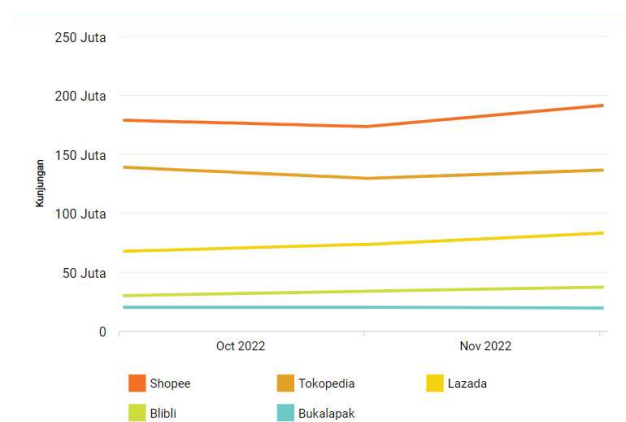
Berdasarkan informasi terkait industri pengiriman barang, beberapa harga ditentukan berdasarkan jarak antara lokasi pemesanan dan tujuan pengiriman, sehingga konsumen mempertimbangkan biaya yang harus mereka bayar. Namun, tidak hanya harga yang memengaruhi pemasaran, tetapi kualitas layanan juga memainkan peran penting dalam kegiatan pengiriman barang. Kualitas layanan ini dapat berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan. Muspiha (2023).

Shopee, sebuah platform e-commerce yang didirikan oleh Crist Fang, telah berhasil menguasai pasar aplikasi mobile dengan mempertahankan posisi teratas sebagai aplikasi belanja yang paling populer pada platform data kunjungan di tahun 2022. Shopee merupakan perusahaan e-commerce yang berasal dari Singapura dan dimiliki oleh Garena. Pertama kali diluncurkan di Singapura pada tahun 2015, Shopee kemudian memasuki pasar Indonesia pada akhir tahun yang sama. Selain itu, Shopee juga telah berkembang di berbagai negara seperti Malaysia, Vietnam, Thailand, Taiwan, dan Filipina.

Shopee merupakan sebuah platform perdagangan elektronik yang memudahkan jual beli secara online dengan cepat dan mudah. Platform ini tersedia dalam bentuk mobile dan website untuk mempermudah konsumen

dalam melakukan pembelian secara online. Shopee telah berhasil menempati posisi teratas sebagai platform e-commerce paling populer di Indonesia pada kuarta keempat tahun 2022. Selain dapat diakses melalui aplikasi mobile, Shopee juga dapat digunakan melalui Windows dan MAC.

Gambar 1.1 Platform data kunjungan di tahun 2022



Sumber: Katadata Media Network (KMN)

Berdasarkan gambar diatas, dapat disimpulkan bahwa pada akhir bulan Oktober 2022 mengalami kenaikan yang cukup signifikan dibanding dengan platform belanja lain. Berdasarkan data dari Katadata Media Network, menunjukkan antusias masyarakat dalam belanja online terpaut naik dengan stabil dari bulan sebelumnya. Dapat ditinjau dari kuartal keempat, terjadi kenaikan 191,6 juta kunjungan. Dapat disimpulkan bahwa di tahun 2023 ini, platform belanja Shopee patut untuk diteliti, baik manajemen jasa pengiriman maupun promosi yang dilaksanakan oleh pihak shopee kepada pelanggan.

Shopee menyediakan layanan pengiriman bernama Shopee Express yang hanya tersedia bagi penjual terpilih. Ada empat jenis layanan pengiriman yang dapat dipilih oleh pengguna Shopee Express. Pengiriman melalui Shopee Express memiliki keuntungan dalam menghindari kehilangan barang dan mempercepat proses pengiriman. Untuk mendaftar Shopee Express, pengguna juga dapat menghubungi nomor WhatsApp yang disediakan. Selama pengiriman barang, konsumen akan diberikan akses ke situs online untuk membantu memproses barang dengan lebih cepat. Oleh karena itu, Shopee memiliki empat jenis layanan Shopee Express yang berbeda, diantaranya:

1. Layanan pengiriman Shopee Express Standard memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan waktu pengiriman dan melacak status pengiriman paket di aplikasi Shopee. Waktu pengiriman Shopee Express Standard tidak terlalu cepat atau lambat, sehingga sesuai dengan standar pengiriman paket barang.
2. Layanan pengiriman express sameday memungkinkan pengguna untuk menerima barang atau produk pada hari yang sama dengan pengiriman. Hal ini membuat layanan ini dinamai "express sameday" karena barang dapat diterima pada hari yang sama dengan pengiriman. Informasi tentang pengiriman dan pengecekan barang dapat dilihat melalui aplikasi Shopee.
3. Layanan pengiriman Shopee Express instant merupakan pilihan yang lebih cepat dibandingkan dengan layanan pengiriman Shopee lainnya.

Syarat pengiriman barang dengan Shopee Express adalah maksimal tiga jam dari waktu pengiriman barang, sehingga layanan ini diberi nama "Shopee Express instant".

4. Shopee Express hemat merupakan pengiriman barang atau produk yang disediakan oleh Shopee dengan ongkos kirim yang hemat.

Perbedaan dari semua layanan tersebut dapat ditinjau dari waktu pelayanan dan waktu pengirimannya. Layanan pengiriman Shopee Express memiliki perbedaan dalam hal durasi pengiriman, berat maksimal, dan masa pengemasan. Pengiriman Shopee Express standard memiliki durasi pengiriman antara 1 hingga 3 hari, sedangkan pengiriman Shopee same day dikirim dalam waktu 24 jam. Shopee Express instan dikirimkan dalam waktu maksimal 3 jam setelah barang diambil, dan layanan hemat memiliki durasi pengiriman dalam waktu 2-14 hari.

Berdasarkan berat maksimal barang, layanan pengiriman Shopee Express standard memiliki batas berat 50 kg untuk luar Jawa dan 200 kg untuk pengiriman dalam Jawa. Sedangkan pengiriman Shopee same day memiliki berat maksimal 7 kg, Shopee instan memiliki maksimal berat pengiriman 20 kg, dan layanan hemat memiliki batas berat 50 kg untuk pengiriman dalam dan luar Jawa.

Masa pengemasan produk juga berbeda-beda. Pengemasan produk pada layanan Shopee Express standard membutuhkan waktu 2 hari, sedangkan Shopee same day dan instan memerlukan masa pengemasan selama 1 hari.

Kurir yang digunakan oleh layanan Shopee same day, instan, dan hemat adalah Shopee Express, sedangkan Shopee Express standard bekerja sama dengan Wahana, Shipper, dan Sicepat Express untuk mengirimkan produk. Muspiha (2023).

Biaya pengiriman yang terjangkau Harga pengiriman juga menjadi faktor penting dalam pemilihan layanan pengiriman. Jika biaya pengiriman Shopee Express di Pasuruan lebih terjangkau dibandingkan dengan ekspedisi lain, maka konsumen akan lebih memilih Shopee Express sebagai pilihan mereka. Kemudahan dalam penggunaan kemudahan penggunaan juga menjadi faktor penting dalam memilih layanan pengiriman. Jika Shopee Express di Pasuruan memiliki antarmuka yang mudah digunakan dan layanan pelanggan yang responsif, maka konsumen akan merasa lebih nyaman dalam menggunakan layanan ini.

Kualitas layanan yang baik kompetitor ekspedisi yang loyal dapat menawarkan layanan pengiriman yang lebih cepat dan lebih andal dibandingkan dengan ekspedisi lain. Hal ini dapat membuat konsumen merasa lebih nyaman dan memilih ekspedisi tertentu sebagai pilihan mereka. Harga yang kompetitif kompetitor ekspedisi yang loyal dapat menawarkan harga pengiriman yang lebih terjangkau dibandingkan dengan ekspedisi lain. Hal ini dapat membuat konsumen merasa bahwa mereka mendapatkan nilai yang lebih baik dari uang yang mereka keluarkan. Kemudahan penggunaan: Kompetitor ekspedisi yang loyal dapat memiliki antarmuka yang lebih mudah digunakan dan lebih ramah pengguna

dibandingkan dengan ekspedisi lain. Hal ini dapat membuat konsumen merasa lebih nyaman dan mudah dalam menggunakan layanan tersebut.

Jaminan keamanan pengiriman kompetitor ekspedisi yang loyal dapat memberikan jaminan keamanan pengiriman yang kuat untuk melindungi barang yang dikirim dari kerusakan atau kehilangan. Hal ini dapat memberikan rasa percaya diri kepada konsumen dalam melakukan transaksi online. Layanan pelanggan yang responsif kompetitor ekspedisi yang loyal dapat memiliki layanan pelanggan yang responsif dan mudah dihubungi. Hal ini dapat membuat konsumen merasa lebih nyaman dalam menggunakan layanan tersebut dan memastikan bahwa masalah yang muncul dapat segera ditangani dengan cepat dan efektif Wijaya & Rizani (2022).

Penelitian akan dilakukan kepada konsumen di kota Pasuruan pengguna marketplace shopee dan yang menggunakan jasa shopee express ini dipilih karena memenuhi kriteria untuk dijadikan penelitian dan tumbuh dijangkau oleh peneliti. Penelitian ini dilakukan pada penduduk masyarakat kota Pasuruan karena mayoritas penduduk kota Pasuruan banyak yang pekerja diperusahaan sehingga berminat dalam belanja online sangat disukai dan mudah dijangkau dan untuk mengetahui atau meneliti lebih dalam lagi tentang permasalahan yang akan diteliti sehingga dapat meningkatkan kualitas dan optimalitas penelitian yang akan dilakukan.

Alasan peneliti memilih lokasi atau wilayah tersebut karena peneliti mengetahui potensi pasar kota Pasuruan yang terletak di provinsi Jawa Timur. Pasuruan juga merupakan kota dengan kegiatan perdagangan dan bisnis yang cukup maju, sehingga potensi pasar di kota ini cukup menjanjikan bagi Shopee Express untuk memperluas jangkauan bisnis mereka. Memiliki aksesibilitas yang cukup baik menuju kota-kota lain di Jawa Timur maupun luar Jawa Timur. Akses jalan tol dan angkutan umum yang baik memudahkan Shopee Express dalam mengirimkan produk kepada konsumen di berbagai wilayah. Kota Pasuruan juga merupakan kota yang cukup berkembang di bidang perdagangan dan bisnis. Kehadiran Shopee Express di kota ini bisa menjadi strategi untuk bersaing dengan layanan pengiriman lain yang telah ada di kota ini.

Pertumbuhan ekonomi di Kota Pasuruan dapat dilihat melalui Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), yaitu total nilai semua produk dan layanan yang dihasilkan di wilayah tersebut dalam periode waktu tertentu. PDRB dibagi menjadi dua jenis, yaitu PDRB atas dasar harga Berlaku (ADHB) dan PDRB atas dasar harga konstan (ADHK). PDRB ADHB mencerminkan nilai tambah produk dan layanan yang dihitung menggunakan harga saat ini, sedangkan PDRB ADHK mencerminkan nilai tambah tersebut dihitung menggunakan harga tertentu sebagai tahun dasar. Pada periode 2016 hingga 2020, PDRB ADHK di Kota Pasuruan mengalami peningkatan. PDRB ADHK pada tahun 2016 sebesar 5,076 miliar dan terus meningkat hingga tahun 2019 menjadi 5,965 miliar. Namun

pada tahun 2020, jumlah barang dan jasa yang dihasilkan di Kota Pasuruan mengalami penurunan akibat pandemi Covid-19 dan penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). PDRB ADHK di tahun 2020 turun sedikit menjadi 5,706 miliar. Shell (2016)

Gambar 1.2 Grafik Pertumbuhan PDRB Kota Pasuruan Berdasarkan ADHB dan ADHK Pada Tahun 2016-2020



Sumber : BPS Kota Pasuruan

Sampel yang menjadi fokus penelitian ini dikategorikan menjadi beberapa bagian. Diantaranya yakni orang-orang yang tinggal di Pasuruan, hal ini penting karena bertujuan untuk membatasi ruang lingkup yang akan menjadi tinjauan pada penelitian ini. Sampel tersebut juga harus memenuhi kriteria sebagai pengguna marketplace shopee serta pernah menggunakan layanan shopee, khususnya jasa pengiriman shopee express. Usia responden juga memiliki batas minimal 17 tahun, karena menurut Hurlock (2006) yang disebutkan dalam Annisa & Marretih (2016), usia minimal tersebut sudah dapat dikategorikan dewasa dan mampu memahami konteks kuisisioner, memilih keputusan yang tepat, serta dapat bertanggung jawab dan menginterpretasikan pendapatnya.

Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini akan membahas tentang judul **“PENGARUH KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS PELANGGAN DI MARKETPLACE SHOPEE YANG MENGGUNAKAN JASA SHOPEE EXPRESS STUDI KASUS DI KOTA PASURUAN”**

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Ketepatan Waktu Pengiriman Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen di kota Pasuruan?
2. Apakah Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen di kota Pasuruan?
3. Apakah Ketepatan Waktu Pengiriman Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan di kota Pasuruan?
4. Apakah Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Konsumen di kota Pasuruan?
5. Apakah Kepuasan Konsumen Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan di kota Pasuruan?

1.3 Tujuan Penelitian

Beberapa rumusan masalah diatas nantinya yang menjadi materi utama yang menjadikan munculnya hasil penelitian ini. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen studi kasus pada konsumen di kota Pasuruan.
2. Mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen studi kasus pada konsumen di kota Pasuruan.
3. Mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan studi kasus pada konsumen di kota Pasuruan.
4. Mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Konsumen studi kasus pada konsumen di kota Pasuruan.
5. Mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Kepuasan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan studi kasus pada konsumen di kota Pasuruan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya penelitian yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan pembaca mengenai ketepatan waktu pengiriman, kepercayaan, kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini memberikan gambaran bagaimana model referensi Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan online shop shopee yang menggunakan jasa shopee express di kota Pasuruan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya mengenai Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y1) dan Loyalitas Pelanggan (Y2), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen.
3. Ketepatan Waktu Pengiriman tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
4. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
5. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
6. Pengaruh variabel ketepatan pengiriman dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen masuk dalam kategori kuat.
7. Pengaruh variabel ketepatan pengiriman dan kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan masuk dalam kategori kuat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Pada ketepatan waktu pengiriman yang perlu dilakukan pada shopee express adalah fokus pada meningkatkan kualitas pengiriman barang. Pastikan paket dikemas dengan baik dan aman sehingga barang tidak rusak selama proses pengiriman. Perhatikan juga waktu pengiriman agar tetap sesuai dengan estimasi yang diberikan kepada pelanggan. Hal tersebut akan membuat konsumen akan timbul kepuasan konsumen hingga menjadi loyalitas pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari factor lain yang dapat menciptakan terjadinya perilaku kepuasan konsumen hingga loyalitas pelanggan baik dari dalam diri konsumen (internal) maupun dari pemasar (eksternal) pada suatu pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisy, G. R., & Windiarti, S. (2022). Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada E-Commerce Shopee. *Sosio E-Kons*, 14(2), 144. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v14i2.12071>
- Aminullah, A., & Nuzil, N. R. (2022). Implementasi Good Corporate Governance pada Badan Usaha Milik Desa. *SKETSA BISNIS (e-jurnal)*, 9(2).
- Annisa, R., & Maretih, A. K. E. (2016). Empathy Care Training Untuk Meningkatkan Perilaku Memaafkan Pada Remaja Akhir Empathy Care Training for Increase Forgiveness on Last-Adolescence. *Jurnal Intervensi Psikologi*, 8(2), 285–303.
- Big Alpha. (2020). *Mengenal Bisnis Shopee di Indonesia, Dari Pesan Makanan Sampai Pembayaran*. Big Alpha. Pembayaran
- Calvin Kennedy. (2017). *Social Media: The Art of Marketing on Youtube, Facebook, Twitter, and Instagram for Succes*. WE CANT BE BEAT LLC.
- Darwin Damanik et al. (2021). *Ekonomi Manajerial*. Yayasan Kita Menulis.
- Dewantoro, D., Aryani, L., & Marzuki, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne. *Journal Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 278–293.
- Dewi, R. Y., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman J&T Express. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 82–91.
- Dr. Hironymus Ghodang, S.Pd., M. S. (2020). *Path Analysis (Analisis Jalur) konsep & praktik dalam penelitian*. (Fiona Ghodang (ed.)). PT. Penerbit Mitra Group.
- Fatchurrochman, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi*. 37–55.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa*. Deepublish.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS 21. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Pogram iIBM SPSS 21*. <https://doi.org/10.1126/science.1158668>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 :Update PLS Regresi. In *Semarang* (8th ed.). Universitas Diponegoro. <https://doi.org/10.2307/1579941>
- Ghozali, P. H. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Universitas Diponegoro.

- Handi irawan D. (2003). *indonesian customer satisfaction: membedah strategi kepuasan pelanggan merk pemenang ICSA*. Pt elex media komputindo.
- Hartono. (2013). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan K. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 20(34), 1–14.
- Hidayat, D. R., & Muhammad Riza Firdaus. (2014). *Jurnal JWM VOL 2 NO 3. 242 Jurnal Wawasan Manajemen, 2*.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata. Anak Hebat Indonesia*. ANAK HEBAT INDONESIA.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
- Leon A. Abdillah, Faried Effendy, Fatmawati Rachim, Iskandar Kato, Ika Yuni Wati, Eko Sudarmanto, Dafid tjahjana soni kuswandi, masdiana, bonaraja purba, muh nadzirin anshari nur, Miswar tumpu, cisilia sundari, parearusan rangan. (2021). *Proses bisnis pengadaan*. yayasan kita menulis.
- Lesmana, I., Pamikiran, R. D. C., & Labaro, I. L. (2018). Produksi dan produktivitas hasil tangkapan kapal tuna hand line yang berpangkalan di Kelurahan Mawali, Kecamatan Lembeh Utara, Kota Bitung (Production and productivity of the tuna hand line fishing boat at Mawali Village, North Lembeh District, Bitung Cit. *Jurnal Ilmu Dan Teknologi Perikanan Tangkap*, 2(6), 205–211. <https://doi.org/10.35800/jitpt.2.6.2017.16968>
- Lucia H. Winingsih, M.A., Ph.D, Lisna Sulinar Sari, S. Kom, Nur Listiawati, SS, M. E. (2020). *Strategi Pemenuhan dan Peningkatan Mutu Guru di Daerah 3T*. PT Penerbit IPB Press.
- Lucia Priandarini. (2007). *Panduan Lengkap Memulai dan Mengelola Usaha dirumah*. TransMedia.
- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online Elmonsu. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 743–755. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.628>
- Mundzir, A., Zukhriyah, A., & Sulhan, M. (2024). The Implementation of Halal Network Indonesia (HNI) Business Among Muslim and Non-Muslim Communities. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*, 15(2), 147-157.
- Muspiha. (2023). *Platform Digital : Harga, Kualitas Pelayanan & Kepuasan Pelanggan*. percetakan Rena Cipta Mandiri. <https://ginee.com/id/insights/apa-itu-shopee-express>
- Nelisa, N., & Evyanto, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Shopee. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan*

- Sains*), 7(2), 681. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.553>
- Prihastuti, N. A. (2023). Efektivitas Social Media Marketing Berbasis Digital Content Sebagai Upaya UMKM Go Digital dalam Momentum Pemulihan Ekonomi di Kecamatan Gempol. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 6(1), 1-9.
- Sampornoi, M., Kartikar, C., Wijaya, U., & Surabaya, P. (2022). Muhamad Sampurno Jurnal Skripsi. 1(2), 141–152.
- Shell, A. (2016). Kondisi ekonomi masyarakat *Kota Pasuruan*. 1–23.
- Shella, G. K. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Resiko dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Online Shopee Oleh Mahasiswa Di Pekanbaru. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Simarmata et al, . (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yayasan Kita Menulis.
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik ntuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- sugiyono. (2014). Metode penelitian. *Metode Penelitian*.
- Sugiyono. (2014). Populasi dan sampel. In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R &D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet. In *Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono, P. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. UII Press Yogyakarta.
- Syafrida Hafni Sahir, Abdurrozzaq Hasibuan, Siti Aisyah, Acai Sudirman, Aditya Halim Perdana Kusuma, Salmiah, Salmiah, Joli Afriany, J. S. (2020). *Gagasan Manajemen*. Yayasan Kita Menulis.
- Tahuman, Z. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 4(3), 445–460.
- Tampubolon, M., Jannah, M., Gultom, R., & Sibarani, H. J. (2020). Pengaruh Sistem Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Daya Beli Masyarakat terhadap Loyalitas Menggunakan Jasa Transportasi Bus pada PT. Atlas. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(2), 566–576. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i2.363>
- Tania. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel di Batam*. 1–52.

- TEKNOSIAR. (2022). Sejarah Jasa Pengiriman Shopee Express di Indonesia Terlengkap. TEKNOSIAR. <https://teknosiar.com/3233/sejarah-jasa-pengiriman-shopee-express-di-indonesia-terlengkap/>
- TIMUR-INDONESIA, P. J. KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DALAM MEKANISME PELAYANAN KARTU KELUARGA DI KECAMATAN PURWOSARI KABUPATEN PASURUAN.
- Wayuni, N. P. A. R., & P. Adam, R. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan J&T Ekspres. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 7(4), 355–366. ejurnal.gunadarma.ac.id
- Wijaya, M. H., & Rizani, N. C. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Shopee Express Dengan Metode Servqual. *Presisi*, 24(1), 41–50. <https://ejournal.istn.ac.id/index.php/presisi/article/view/1145/763>
- 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>

