

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

Dalam penelitian ini, kajian teori berfungsi untuk memberikan landasan konseptual melalui pembahasan teori-teori, konsep-konsep, dan temuan-temuan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik yang diangkat. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Jenis layanan pelanggan, atau kualitas layanan, dapat dikategorikan menjadi dua kategori : layanan pelanggan yang baik dan layanan pelanggan yang buruk. Kualitas layanan ini bukan sebuah perspektif yang konstan maupun kaku, tetapi kualitas layanan ini fleksibel atau mudah disesuaikan. Pada hakikatnya, ini adalah cara untuk meningkatkan kualitas pekerjaan agar lebih baik di masa mendatang. Sangat perlu dilakukan beberapa cara untuk mengarahkan sebuah mekanisme dari perubahan kualitas layanan yang dikehendaki.

Kualitas layanan merupakan aspek krusial yang wajib dioptimalkan oleh entitas usaha guna mempertahankan loyalitas pelanggan. Persepsi mutu ditentukan oleh pengguna jasa melalui perbandingan antara ekspektasi dan realisasi pelayanan, sehingga pemenuhan kebutuhan serta aspirasi pelanggan menjadi tolok ukur utamanya (Chandra dkk, 2020).

Maka, kualitas layanan adalah cara demi meraih keberhasilan. Tingkat prima layanan produk atau jasa bergantung pada kapasitas penghasil dalam

memenuhi ekspektasi pelanggan secara berkelanjutan. Pelanggan yang gembira secara otomatis akan membentuk kesetiaan, serta mendorong timbulnya anjuran lisan, bahkan mampu memulihkan reputasi perusahaan di mata konsumen (Chandra dkk, 2020). Dengan demikian, kualitas layanan wajib menjadi perhatian utama perusahaan. Oleh sebab itu, mempertahankan standar pelayanan yang optimal menjadi aspek fundamental bagi pengelola bisnis agar perusahaan mampu bersaing dan berkembang di tengah kompetisi. Pelayanan yang unggul bukan hanya menjadi strategi untuk memperkuat posisi di pasar, tetapi juga berperan dalam membangun reputasi positif perusahaan. Ketika konsumen merasa puas, mereka cenderung tetap loyal, membangun hubungan yang erat dengan perusahaan, serta memberikan rekomendasi secara lisan kepada orang lain, yang pada akhirnya membawa manfaat besar bagi pertumbuhan bisnis.

2.1.1.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Chandra dkk, 2020) terdapat indikator dari sebuah kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut:

1. Aspek Fisik (*Tangibles*), yaitu kualitas sarana layanan yang mencakup fasilitas perkantoran, sistem administrasi berbasis komputer, ruang tunggu, serta titik informasi.
2. Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan serta konsistensi dalam menyajikan layanan yang dapat dipercaya dan diharapkan.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), Cepat dan tepat dalam membantu serta melayani pelanggan ketika mereka membutuhkan.

4. Jaminan (*Assurance*), yaitu profesionalisme, kesantunan, dan integritas petugas dalam menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan konsumen.
5. Kepedulian Personal (*Empathy*), Peduli secara tulus dan memperlakukan terhadap setiap konsumen secara personal dan juga manusiawi.

2.1.2 Ketepatan Waktu Pengiriman

2.1.2.1 Definisi Ketepatan Waktu Pengiriman

Ketepatan waktu pengiriman memegang peranan yang sangat penting, sebab pengiriman pesanan yang sesuai dengan estimasi waktu secara signifikan berkontribusi pada kepuasan pelanggan (Khurrohman, 2023). Ketepatan waktu pengiriman mengacu pada durasi yang diperlukan konsumen sejak pembelian hingga produk diterima. Pelanggan seringkali menggunakan perkiraan waktu kedatangan sebagai tolok ukur kualitas layanan pengiriman.

Ketepatan waktu pengiriman merupakan salah satu faktor kunci yang sangat memengaruhi kepuasan konsumen (Juniariska, 2020). Dengan demikian, ketepatan waktu adalah prinsip yang wajib dipegang teguh oleh para pelaku bisnis sebab selama suatu bisnis konsisten dalam menggunakan janjinya untuk melaksanakan pengiriman barang yang tepat waktu, maka hal tersebut akan semakin menguntungkan bagi bisnis tersebut karena pelanggan akan semakin memahami dan mempercayai jasa pengiriman yang digunakan.

Ketepatan waktu merupakan kemampuan pemasok untuk mengirimkan sebuah barang pada tanggal yang sudah disepakati. Kapasitas sebuah produksi dari pemasok, kemampuan untuk mengirimkan pada waktu yang tepat, dan sebuah jarak

historis perusahaan akan menjadi penilaian pertimbangan seorang pelanggan. Jadi Ketepatan waktu didefinisikan sebagai waktu antara sebuah pesanan pelanggan dan sebuah pengiriman suatu produk. Pelanggan menilai kualitas layanan pengiriman yaitu menggunakan tolak ukur waktu kedatangan.

2.1.3 Kepuasan Pelanggan

2.1.3.1 Definisi Kepuasan Pelanggan

Kualitas layanan dan kepuasan konsumen memiliki keterkaitan yang tak terpisahkan, yang menjadikan pembentukan hubungan yang erat antara pelanggan dan perusahaan menjadi sangat penting (Chandra dkk, 2020). Metode untuk menetapkan tingkat kepuasan konsumen, yaitu perlu membuktikan sebuah kualitas layanan yang sudah sangat serasi dengan penilaian konsumen. Maka dari itu tingkat kepuasan seorang pelanggan atau konsumen dapat naik dan puas ketika seseorang mendapatkan sebuah perlakuan yang spesial dan baik dari layanan yang dihantarkan oleh penjual.

Kepuasan seorang pelanggan dapat menghilangkan perbedaan antara harapan konsumen dan juga hasil percobaan dari penjual. Harapan konsumen mewakili proyeksi atau keamanan konsumen sehubungan dengan penerimaan permintaan atau konsumsi produk tertentu (baik layanan). Selain itu, nilai yang diterima merupakan persepsi atau tanggapan konsumen tentang bagaimana dan seperti apa mereka dapat mengonsumsi produk yang sudah mereka beli.

Kualitas layanan sangat baik dengan kepuasan pelanggan, kepuasan juga akan meningkat ketika layanan yang disediakan memuaskan atau termasuk yang

terbaik dari harapan konsumen. Ketika konsumen menerima layanan berkualitas dan layanan khusus dari bagian bukti layanan atau pedagang, mereka mungkin merasa paling puas. Kepuasan juga berkontribusi pada pengurangan ketidakcocokan antara harapan pelanggan dan hasil layanan yang mereka rasakan. Ketika layanan yang diberi tidak sesuai harapan, pelanggan dapat merasa kecewa atau tidak puas.

Ketika layanan bertaraf tinggi sesuai keinginan, tingkat kepuasan konsumen tentunya akan naik dengan substansial. Maka, upaya menciptakan kepuasan pelanggan adalah bagian integral dari strategi jangka panjang perusahaan, karena prosesnya membutuhkan waktu yang relatif lama untuk membangun serta memperoleh citra positif atas kualitas layanan yang unggul, dan membutuhkan investasi yang signifikan dalam berbagai kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada pelanggan saat ini maupun di masa depan. Oleh sebab itu, kepuasan pelanggan menjadi tolok ukur keberhasilan bisnis di masa mendatang yang mencerminkan arah dan kecenderungan tanggapan pasar terhadap perusahaan di waktu yang akan datang (Chandra dkk, 2020)

2.2 Kajian Penelitian Terdahulu (KPT)

Penelitian terdahulu dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh bahan pembandingan dan informasi referensi. Selain itu, jangan berpikir seperti penelitian ini. Oleh karena itu, dalam tinjauan pustaka ini, peneliti menyertakan hasil penelitian-penelitian sebelumnya sebagai berikut:

2.2.1 Penelitian "*The Effect Of On-Time Delivery On Customer Satisfaction And Loyalty In Channel Integration*" oleh Abdullah Oktay Dundar dan Resul Ozturk (2020)

Merupakan penelitian kuantitatif yang menganalisis hubungan antara integrasi saluran, pengiriman tepat waktu, kepuasan, dan loyalitas pelanggan. Survei dilakukan terhadap 436 konsumen di Konya, Turki, dengan analisis regresi berganda menggunakan SPSS 23.0. Hasilnya menunjukkan bahwa integrasi saluran berpengaruh positif terhadap pengiriman tepat waktu, yang berdampak pada peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam konteks *e-commerce*.

2.2.2 Penelitian oleh Aditya Setiawan, Citra Rizkiana, dan Adhi Widyakto (2022) berjudul "Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan"

Meneliti hubungan ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan di *Fotocopy Lancar Baru Semarang*. Penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif dengan metode kuesioner dan *purposive sampling*. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk dan layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara persepsi harga juga turut berkontribusi. Mengacu pada teori Kotler dan Armstrong, penelitian ini menekankan pentingnya kualitas dalam membentuk kepuasan, serta memberikan masukan strategis bagi pengelola usaha *fotocopy*.

2.2.3 Penelitian oleh Mohammad Rifki Arif Wicaksana dan Suryono Budi Santosa (2022) dalam *Diponegoro Journal of Management*

Menganalisis pengaruh kualitas produk, layanan, dan persepsi harga terhadap minat beli ulang, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Menggunakan metode survei dengan *purposive sampling* pada 125 pengguna jasa PT JNE di Semarang, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mendorong minat beli ulang.

2.2.4 Penelitian berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sorong" oleh Ade Andriani Renouw, Andrei Maryen, dan Apriani Maria Maris Ladopura (2023)

Bertujuan menguji pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian kuantitatif ini menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan SPSS versi 20, melibatkan pelanggan J&T Express di Sorong selama April–Mei 2023. Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan *adjusted R²* sebesar 0,450. Penelitian ini didasarkan pada teori pemasaran jasa dan kepuasan pelanggan, yang menyatakan bahwa pelayanan, ketepatan waktu, dan fasilitas memengaruhi kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

2.2.5 Penelitian berjudul "Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman, Kualitas Pelayanan dan Sampel Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada CV Tunas Rimba di Kabupaten Tulungagung" oleh Deviana Seka dan Faizal Satria Desitama (2023)

Merupakan penelitian kuantitatif yang menganalisis pengaruh ketepatan pengiriman, kualitas layanan, dan sampel produk terhadap keputusan pembelian ulang. Data diperoleh melalui kuesioner online dari 95 responden, bagian dari 1.850 konsumen CV Tunas Rimba. Hasilnya menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan, sedangkan sampel produk tidak berpengaruh signifikan. Penelitian ini menekankan pentingnya strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di Tulungagung.

2.2.6 Penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan” oleh Kevin Indajang dkk., diterbitkan tahun 2023 dalam jurnal EKUITAS

Meneliti hubungan antara kualitas layanan, harga, dan kepuasan konsumen pada Ayam Geprek Idola di Pematang Siantar. Menggunakan metode kuantitatif dengan bantuan SPSS, hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini memberi wawasan bahwa peningkatan kualitas layanan dan harga yang sesuai dapat memperkuat loyalitas dan kepuasan pelanggan di sektor kuliner.

2.2.7 Penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Cabang Cikarang Barat” oleh Melani Quintania, Yudi Julius, dan Nandan Limakrisna (2023)

Merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan. Menggunakan pendekatan deskriptif dan data kuantitatif, penelitian ini dilakukan di J&T Express Cikarang Barat. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan, dan ketepatan pengiriman berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini mengacu pada teori pemasaran Kotler dan Keller, serta memberikan wawasan penting bagi perusahaan logistik dalam meningkatkan layanan dan mempertahankan daya saing di tengah pertumbuhan *e-commerce*.

2.2.8 Penelitian berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan" oleh Zaydatus Sarifah, Marsudi Lestariningsih, dan Budhi Satrio (2023)

Menganalisis pengaruh kualitas layanan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan di CV. Sarana Utama Cargo. Menggunakan metode kuantitatif dengan analisis melalui WarpPLS 5.0, hasilnya menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, yang kemudian mendorong loyalitas pelanggan dalam layanan pengiriman.

2.2.9 Penelitian oleh Achmad Akbar dan Muhammad Wadud (2024)

Menganalisis pengaruh kecepatan dan keandalan pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dengan kinerja karyawan sebagai mediator, pada PT Bukit Prima Bahari di Palembang. Melalui kuesioner kepada 126 awak kapal, ditemukan bahwa kecepatan dan keandalan layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kinerja karyawan memediasi hubungan tersebut. Penelitian ini menekankan pentingnya peran SDM dalam mendukung kualitas layanan pada jasa keagenan kapal.

2.2.10 Penelitian berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ninja Express Kota Payakumbuh" oleh Syuryatman Desri dan tim (2024)

Bertujuan menganalisis pengaruh tiga variabel terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian kuantitatif ini melibatkan 100 responden pengguna layanan Ninja Express di Payakumbuh, dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan teori dari Kotler dan Keller serta Tjiptono mengenai pentingnya harga dalam bauran pemasaran dan persepsi nilai pelanggan.

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu

No	Oleh, Tahun, dan Judul Penelitian	Tujuan	Variabel	Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis	Hasil	Persamaan	Perbedaan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1.	Dundar, A. O., & Ozturky, R. (2020). The Effect Of On-Time Delivery On Customer Satisfaction And Loyalty In Channel Integration. <i>Journal of Retailing and Consumer Services</i> , 8(3), 2675–2693.	Untuk merancang strategi bagi pengecer multi-saluran dan mengkaji pengaruh perspektif pelanggan terhadap saluran online serta keluhan di saluran fisik dalam strategi tersebut.	Pengiriman tepat waktu (X1), Kepuasan Pelanggan (Y1) dan Loyalitas Pelanggan (Y2).	Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Teknik Analisis Data: analisis regresi berganda	Disimpulkan bahwa integrasi saluran dan pengiriman tepat waktu memiliki efek positif dan signifikan secara statistik pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.	Kedua penelitian memakai metode kuantitatif dan kuesioner, fokus pada pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan, meski berbeda konteks dan analisis.	Perbedaan terletak pada objek (<i>e-commerce</i> vs. PT Pos), subjek (konsumen online vs. pelanggan jasa kirim), lokasi (Konya vs. Semarang), dan teori kepuasan (Oliver & Parasuraman vs. Chandra).
2.	Setyawan, A., Rizkiana, C., & Widyakto, A. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Study Pada Fotocopy Lancar Baru Semarang.	Untuk menguji secara Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (study pada fotocopy lancar baru semarang).	Persepsi harga (X1), kualitas layanan (X2), kualitas produk (X3), kepuasan pelanggan (Y)	Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Teknik Analisis: analisis regresi berganda,	Persepsi harga, kualitas layanan, dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga murah, layanan baik, dan produk berkualitas meningkatkan kepuasan pelanggan.	Penelitian ini dan sebelumnya sama-sama mengkaji kepuasan pelanggan menggunakan metode kuantitatif dan kuesioner, dengan fokus pada faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.	Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya terletak pada fokus variabel (dua vs. tiga),

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
3.	Rifki, M., Wicaksana, A., & Santosa, S. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Jne Di Kota Semarang).	Untuk mengetahui pengaruh yang timbul melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan konsumen terhadap minat pembelian ulang pada PT. JNE.	Kualitas Produk (X1), Kualitas Layanan (X2), Persepsi Harga (X3), Kepuasan Pelanggan (Y1), Minat Beli Ulang (Y2)	Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Teknik Analisis: Analisis SEM, Uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik	Kualitas produk, layanan, dan persepsi harga berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan JNE Semarang, yang kemudian meningkatkan minat beli ulang konsumen di masa depan.	Penelitian ini dan sebelumnya sama-sama mengkaji kualitas layanan jasa pengiriman di Semarang, melibatkan pelanggan sebagai subjek.	Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya terletak pada variabelnya.
4.	Renouw, A.A, dkk (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sorong.	Penelitian mengkaji pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Cabang Kota Sorong, baik secara individu maupun simultan.	Kualitas Pelayanan (X1), Ketepatan Waktu Pengiriman (X2), Fasilitas (X3), Kepuasan Pelanggan (Y)	Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner, dan Wawancara Teknik Analisis: Analisis regresi linear berganda	Hanya fasilitas yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Sorong, sementara kualitas layanan dan ketepatan waktu tidak signifikan, namun ketiganya bersama berkontribusi 45%.	Kedua penelitian ini sama-sama menggunakan metode kuantitatif, fokus pada kepuasan pelanggan.	Penelitian ini berbeda dengan sebelumnya pada variabel fasilitas (X3), subjek pelanggan (PT Pos Indonesia vs. J&T Express), dan lokasi (Semarang vs. Sorong).

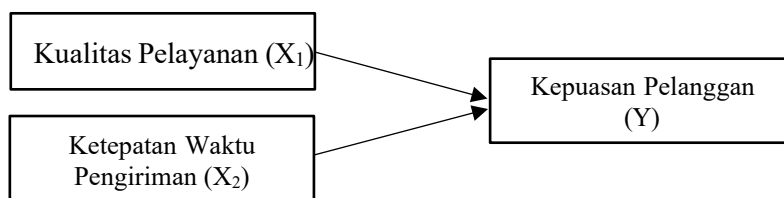
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
5.	Deviana, S., & Desitama, F. S. (2023). Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman, Kualitas Pelayanan dan Sampel Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pada CV Tunas Rimba Di Kabupaten Tulungagung. <i>YUME : Journal of Management</i> , 6(2), 496–514.	Mengetahui pengaruh ketepatan waktu, kualitas pelayanan, dan sampel produk terhadap keputusan pembelian ulang pada CV Tunas Rimba di Kabupaten Tulungagung.	Ketepatan waktu pengiriman (X1), kualitas pelayanan (X2), sampel produk (X3) dan Keputusan pembelian ulang (Y).	Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Teknik Analisis Data: Regresi linear berganda	Secara parsial, ketepatan waktu dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang, sedangkan sampel produk tidak. Secara simultan, ketiganya berpengaruh.	Kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner dan fokus pada pengaruh kualitas pelayanan serta ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan.	Perbedaan terletak pada objek (kepuasan vs. pembelian ulang), subjek (PT Pos vs. CV Tunas Rimba), lokasi, teori (CRM vs. kepuasan pelanggan), serta fokus penelitian yang berbeda.
6.	Indajang, K., Candra, V., Sianipar, M. Y., Sembiring, L. D., & Simatupang, S. (2023). The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction. <i>Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)</i> , 4(3), 942–950.	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hasil pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.	Kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).	Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Teknik Analisis Data: Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil menunjukkan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif signifikan pada kepuasan konsumen, karena konsumen menginginkan pelayanan baik dan harga sesuai kemampuan.	Kedua penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner, melibatkan pelanggan sebagai subjek penelitian, dan fokus pada analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.	Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya terletak pada objek (kualitas layanan dan harga vs. kualitas pelayanan dan ketepatan waktu), lokasi (Ayam Geprek Idola vs. PT Pos Indonesia).

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
7.	Quintania, M., Julius, Y., & Limakrisna, N. (2023). Influence of Service Quality, Trust, and Timely Delivery of Satisfaction Customer on J&T Express Branch Cikarang West. Journal of Accounting and Finance Management, 4(2), 192–200.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Cabang Cikarang Barat.	Kualitas Pelayanan (X1), Kepercayaan (X2), dan Ketepatan Waktu Pengiriman (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).	Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Teknik Analisis Data: Uji Hipotesis	Kualitas pelayanan, kepercayaan, dan ketepatan waktu pengiriman secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	Kedua penelitian ini kuantitatif dengan subjek pelanggan jasa pengiriman, fokus pada pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan.	Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya ada pada objek, lokasi, dan teori yang digunakan, yakni J&T Cikarang vs PT Pos Semarang dan fokus variabel berbeda.
8.	Sarifah, Z., Lestariningsih, M., & Satrio, B. (2023). The Effect of Service Quality and Delivery Accuracy on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction (Case Study CV. Sarana Utama Cargo). International Journal of Business, 4(2), 2023.	Bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengkuantifikasi pengaruh kualitas layanan dan ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan melalui kepuasan pelanggan	Kualitas Pelayanan (X1), dan Ketepatan Pengiriman (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).	Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Teknik Analisis Data: Uji Hipotesis	Kualitas layanan dan ketepatan pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang selanjutnya memengaruhi loyalitas serta persepsi terhadap layanan dan pengiriman.	Kedua penelitian ini meneliti kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman sebagai faktor pengaruh kepuasan pelanggan.	Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya terletak pada metode (deskriptif kuantitatif dengan WarpPLS vs. kuantitatif dengan kuesioner dan observasi).

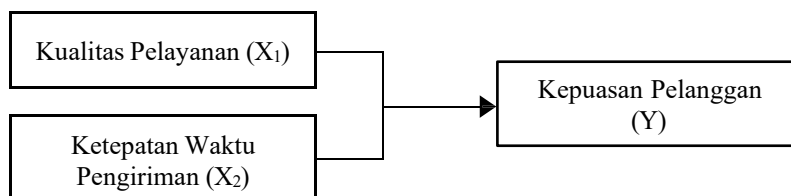
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
9.	Akbar, A., & Wadud, M. (2024). <i>The Effect Of Speed And Reliability Of Service On Customer Satisfaction Mediated By Employee Performance In Using Agency Services At PT Bukit Prima Bahari. Management Studies and Entrepreneurship Journal</i> , 5(2), 5138-5154.	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kecepatan pelayanan dan keandalan pelayanan yang dimediasi oleh kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan.	Kecepatan (X1) dan Keandalan Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).	Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Teknik Analisis Data: Analisis regresi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan dan keandalan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa kinerja karyawan sebagai variabel mediasi memiliki pengaruh yang signifikan.	Kedua penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner, melibatkan subjek terkait layanan, dan dilakukan di lokasi spesifik, yaitu PT Bukit Prima Bahari dan PT Pos Semarang.	Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya terletak pada objek (kecepatan dan keandalan vs. kualitas pelayanan dan ketepatan waktu) dan fokus (pengaruh keandalan vs. analisis kepuasan pelanggan).
10.	yuryatman Desri Habibullah. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ninja Express Kota Payakumbuh.	Untuk mengetahui hubungan antara Kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan biaya dengan kepuasan konsumen pada jasa pengiriman paket Ninja Express di Kota Payakumbuh.	Kualitas Pelayanan (X1), Ketepatan waktu pengiriman (X2), Harga (X3), Kepuasan Pelanggan (Y)	Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Teknik Analisis Data: Uji asumsi klasik, dan analisis regresi berganda.	Didapatkan sebanyak 37,5 % Kualitas pelayanan Ninja express di Payakumbuh mempengaruhi kepuasan pelanggan, sebanyak 38,5% ketepatan pengiriman mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan sebesar 23,3% Persepsi harga mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap ninja express.	Kedua penelitian berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan, serta mengacu pada teori kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.	Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya terletak pada objek (PT Pos vs. Ninja Express), subjek (pembeli Semarang vs. Payakumbuh), lokasi, dan metode (observasi & kuesioner vs. kuesioner).

2.3 Model Penelitian / Kerangka Konseptual Penelitian

Sesuai dengan hasil penelusuran teori maupun penelusuran hasil penelitian terdahulu, maka kerangka konseptual penelitian dari penelitian ini adalah melihat adanya Pengaruh kualitas pelayanan, dan ketepatan Waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCU Semarang. Dalam penelitian ini akan dipaparkan tentang adanya keterkaitan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan, serta keterkaitan antara pengaruh kualitas pelayanan, dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia KCU Semarang. Berdasarkan pada analisis diatas, maka kerangka konsep penelitian ini ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 2. 1 Model Penelitian Secara Parsial
(Sumber: Data yang telah diolah, 2024)



Gambar 2. 2 Model Penelitian Secara Simultan
(Sumber: Data yang telah diolah, 2024)

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang sifatnya sementara, atau akusimulasi tidak ada masuk ke dalam atau dugaan yang bersifat logis tentang suatu populasi (Heryana, 2020). Model penelitian tersebut, menunjukkan adanya dugaan bahwa variabel kualitas pelayanan (X^1) dan ketepatan waktu pengiriman (X^2) berpengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), dan menunjukkan adanya dugaan bahwa variabel kualitas pelayanan (X^1) dan ketepatan waktu pengiriman (X^2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Hipotesis yang dapat ditarik untuk penelitian berdasarkan dari model penelitian diatas antara lain:

Hipotesis 1:

Ada pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis 2:

Ada pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Hipotesis 3:

Diantara variabel kualitas pelayanan (X^1) dan variabel ketepatan waktu pengiriman (X^2), variabel kualitas pelayanan (X^1) paling signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).