

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 4.1 Logo Perusahaan (2025)

PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta adalah perusahaan yang berbadan hukum sebagai perseroan terbatas dan berlokasi di Meruya Selatan, Kembangan, Jakarta Barat sebagai perusahaan yang bergerak di bidang advertising (periklanan, percetakan, dan dekorasi) dan Alat Tulis Kantor (ATK). PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta hadir dengan visi untuk mendukung berbagai sektor industri melalui penyediaan layanan dan solusi yang inovatif di bidang pengadaan barang dan rantai pasokan. Berdirinya perusahaan ini berlandaskan pada kebutuhan yang semakin mendesak akan layanan pengadaan yang terintegrasi, efisien, dan mampu memenuhi standar kualitas yang tinggi di tengah perkembangan industri yang dinamis. Dengan lokasi yang strategis di pusat bisnis Jakarta Barat, perusahaan ini memiliki akses yang luas untuk mendukung operasionalnya dalam melayani berbagai kebutuhan klien dari beragam sektor industri di Indonesia. Hingga saat ini, PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta terus berupaya mengembangkan sistem pengelolaan dan operasionalnya untuk meningkatkan efisiensi,

produktivitas, serta daya saing, sesuai dengan komitmen perusahaan dalam memberikan layanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dan keberlanjutan bisnis.

4.1.2 Sejarah Perusahaan

PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta didirikan pada tanggal 31 Oktober 2013. Sejak awal berdirinya, perusahaan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia akan layanan berkualitas dalam industri advertising. Keberhasilan PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta dalam bertahan hingga saat ini, meskipun banyak kompetitor, tidak lepas dari komitmen kami terhadap pelayanan pelanggan yang prima. Kami selalu mengutamakan kepuasan pelanggan dengan menawarkan solusi yang tepat dan responsif, serta harga yang terjangkau. Pendekatan ini telah menjadikan kami pilihan utama bagi banyak klien.

Selain itu, PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta juga aktif menjalin kerjasama dengan pemerintahan dalam pengadaan barang dan konstruksi bangunan. Kerjasama ini tidak hanya meningkatkan reputasi perusahaan, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan infrastruktur dan layanan publik yang lebih baik di Indonesia. Dengan tujuan untuk terus berkembang dan memberikan yang terbaik, PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta berkomitmen untuk selalu berinovasi dan beradaptasi dengan kebutuhan pasar, sehingga dapat terus memberikan layanan yang bermanfaat bagi masyarakat dan klien kami.

4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

4.1.3.1 Visi Perusahaan

Menjadikan wadah usaha yang multi serap dan multi guna, dapat berkembang dalam banyak hal serta bersahabat terhadap unsur terhadap unsur yang ada baik secara internal maupun eksternal dalam hubungan yang selaras.

4.1.3.2 Misi Perusahaan

1. Bekerja dengan hati melalui semangat yang senantiasa membawa dan menghasilkan karya terbaik.
2. Memberikan kepuasan kepada konsumen menciptakan kesempurnaan dalam batas logika dan estetika kerjanya

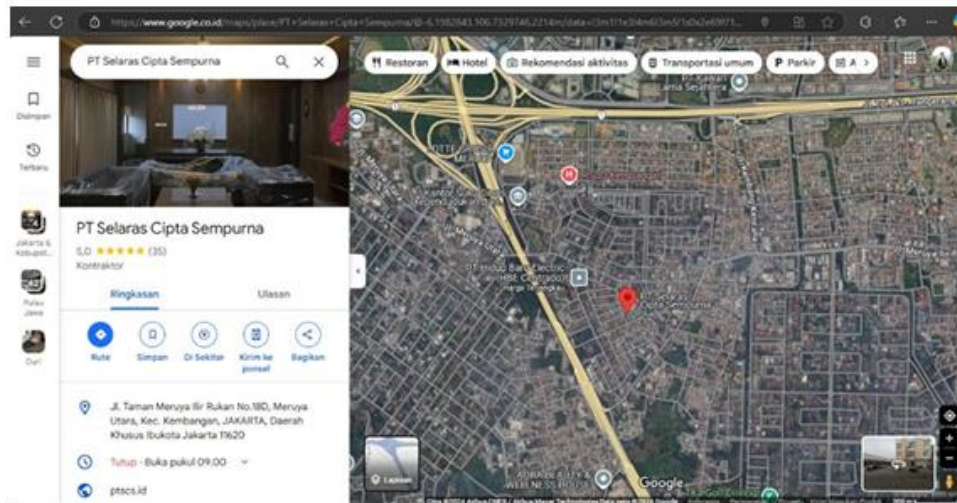
4.1.4 Budaya Kerja Perusahaan

1. Sinergi (Kerja Tim Yang Mewujudkan Impian Bersama)
 - a. Berinteraksi harmonis untuk menghasilkan alternatif terbaik sebagai cara kerja kelompok, bukan cara kerja individual.
 - b. Berkolaborasi dengan semangat kebersamaan dan gotong royong untuk menghasilkan karya yang kreatif dan inovatif.
 - c. Menjadikan perbedaan sebagai kekuatan untuk mencapai tujuan bersama.
2. Trust (Memperbanyak Aksi Bukan Kata-Kata)
 - a. Menempatkan standar tertinggi dalam moral, etika, dan profesionalisme sebagai landasan membangun bisnis dalam jangka panjang.

- b. Dapat diandalkan dan selalu berusaha keras secara konsisten untuk memenuhi janji.
 - c. Menumbuhkan lingkungan kerja yang inklusif dan mendorong semua pihak untuk membangun rasa adil, komitmen dan loyalitas melalui kepemimpinan dan komunikasi yang transparan.
- 3. Empati (Kami Peduli, Kami Kerjakan)
 - a. Memahami, melayani dengan sepenuh hati dan membina hubungan baik.
 - b. Proaktif menggali harapan dan memenuhi kebutuhan pelanggan.
 - c. Mengedepankan sikap peduli dalam menjalankan tugas sehari-hari
- 4. Persistensi (Tekad Untuk Menjadi Hebat)
 - a. Semangat pantang menyerah dan gigih untuk senantiasa menjadi lebih hebat.
 - b. Bersungguh-sungguh memegang teguh nilai dan aturan perusahaan dalam mewujudkan visi
 - c. Konsisten dalam upaya mewujudkan pertumbuhan perusahaan secara berkesinambungan.

4.1.5 Lokasi Perusahaan

Lokasi kantor Perusahaan PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta berada di Jl. Taman Meruya Ilir Rukan No.18D, Meruya Utara, Kec. Kembangan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11620



Gambar 4.2 Lokasi Perusahaan

4.2 Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 40 orang yang merupakan pelanggan PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta di Jakarta. Pemilihan responden dilakukan secara menyeluruh karena jumlah populasi yang terbatas, sehingga seluruh pelanggan dijadikan sampel untuk memperoleh data yang relevan mengenai pengaruh ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Profil responden disusun untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan mencerminkan karakteristik pelanggan PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta secara akurat, sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima dan bagaimana hal tersebut memengaruhi tingkat kepuasan mereka.

4.2.1 Usia Responden

Untuk memahami karakteristik dasar pelanggan, berikut disajikan distribusi usia responden yang menjadi mitra kerja sama PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta.

Tabel 4.1 Usia Responden

Usia Responden	Frekuensi	Persentase (%)
20-25 tahun	5	12,5
26-30 tahun	1	2,5
31-35 tahun	12	30
36-40 tahun	13	32,5
> 40 tahun	9	22,5
Total	40	100%

Sumber : Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 4.1, mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia 36–40 tahun sebanyak 13 orang atau 32,5%, diikuti oleh kelompok usia 31–35 tahun sebesar 30%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta merupakan individu dengan usia matang dan kemungkinan memiliki pengalaman profesional yang cukup dalam bidang konstruksi dan pengadaan. Kelompok usia di atas 40 tahun juga cukup signifikan sebesar 22,5%, menandakan adanya keterlibatan pelanggan yang lebih senior. Sementara itu, kelompok usia 20–25 tahun dan 26–30 tahun merupakan kelompok minoritas dengan total gabungan hanya 15%, yang menunjukkan bahwa keterlibatan pelanggan muda dalam kerja sama dengan perusahaan ini masih relatif rendah.

4.2.2 Pekerjaan atau Jabatan Responden

Selain usia, pekerjaan atau jabatan responden juga untuk mengetahui posisi mereka dalam pengambilan keputusan kerja sama, berikut ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 4.2 Pekerjaan atau Jabatan Responden		
Pekerjaan atau Jabatan Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Operations	7	17,5
Customer Service	5	12,5
Logistik Supervisor	8	20
Purchasing	9	22,5
Warehouse	6	15
Magang	5	12,5
Total	40	100%

Sumber : Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 4.2, mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari divisi Purchasing sebanyak 9 orang atau 22,5%, diikuti oleh Logistik Supervisor sebesar 20% dan Operations sebesar 17,5%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki posisi yang berkaitan langsung dengan proses pengadaan dan distribusi, yang relevan terhadap variabel penelitian yaitu ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan. Selain itu, jabatan lain seperti Warehouse (15%) dan Customer Service (12,5%) juga turut berperan dalam rantai layanan perusahaan. Karyawan Magang sebesar 12,5%, yang meskipun mungkin belum memiliki posisi strategis, namun tetap memiliki pengalaman kerja sama yang dapat memberikan pandangan mengenai kepuasan layanan secara operasional.

4.2.3 Frekuensi Kerja Sama

Untuk mengetahui tingkat intensitas interaksi bisnis dengan PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta, berikut data frekuensi kerja sama yang dilakukan oleh masing-masing responden.

Tabel 4.3 Frekuensi Kerja Sama

Frekuensi Kerja Sama	Frekuensi	Persentase (%)
1-2 tahun	4	10
2-3 tahun	7	17,5
3-4 tahun	9	22,5
4-5 tahun	12	30
> 5 tahun	8	20
Total	40	100%

Sumber : Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 4.3, dapat dilihat bahwa mayoritas responden telah bekerja sama dengan PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta selama 4–5 tahun, yaitu sebanyak 12 orang atau 30%. Hal ini menunjukkan adanya tingkat hubungan jangka menengah yang cukup kuat antara perusahaan dan pelanggannya. Selain itu, sebanyak 22,5% responden telah menjalin kerja sama selama 3–4 tahun, dan 20% lainnya bahkan telah bekerja sama lebih dari 5 tahun, yang mengindikasikan tingkat kepercayaan dan loyalitas yang tinggi terhadap layanan perusahaan. Sementara itu, responden dengan frekuensi kerja sama 1–2 tahun hanya berjumlah 10%, yang berarti sebagian besar pelanggan memiliki pengalaman cukup panjang dalam menggunakan layanan perusahaan, sehingga dapat memberikan penilaian yang valid terhadap ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan.

4.3 Analisis Deskriptif

Untuk menilai frekuensi dan kekuatan masing-masing variabel dalam penelitian, penentuan kategori dilakukan dengan cara mengalikan skor tertinggi pada setiap variabel dengan jumlah item pertanyaannya, lalu membaginya ke dalam lima tingkatan penilaian, yaitu: sangat baik, baik, sedang, rendah, dan sangat rendah. Rumus interval kategori yang digunakan adalah:

$$R = \frac{m - n}{k} = \frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Kategori jawaban responden dapat dijelaskan sebagai berikut

1,00 – 1,80	=	Sangat rendah
1,81 – 2,60	=	Rendah
2,61 – 3,40	=	Sedang
3,41 – 4,20	=	Baik
4,21 – 5,00	=	Sangat Baik

4.3.1 Tanggapan Responden Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman

Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman pada penelitian ini diukur melalui 4 pertanyaan. Hasil skoring terhadap tanggapan reponden mengenai Ketepatan Waktu Pengiriman berdasarkan kategorinya diperoleh data pada tabel berikut ini :

Tabel 4.4 Indeks Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman

Tabel 1. Indeks Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman														
No	Indikator	SS		S		N		TS		STS		Jml Skor	Rata-rata	
		F	Fxs	F	Fxs	F	Fxs	F	Fxs	F	Fxs			
1	Saya merasa barang yang saya pesan dari PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta selalu tiba tepat waktu sesuai jadwal yang disepakati.	29	145	6	24	4	12	0	0	1	1	40	182	4,55
2	Saya yakin PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta dapat mengirimkan barang tepat waktu tanpa adanya keterlambatan.	24	120	12	48	3	9	0	0	1	1	40	178	4,45
3	Saya percaya PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta melakukan pengiriman barang sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan.	22	110	11	44	6	18	0	0	1	1	40	173	4,33
4	Saya merasa perusahaan ini konsisten dalam menjaga ketepatan waktu pengiriman barang ke pelanggan.	20	100	16	64	3	9	1	2	0	0	40	175	4,28
Rata-rata													4,43	

Sumber : Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 4.4, variabel Ketepatan Waktu Pengiriman memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,43, yang berada dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi

yang sangat positif terhadap ketepatan waktu pengiriman oleh PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta. Pertanyaan pertama mendapatkan skor tertinggi dengan rata-rata 4,55, menandakan bahwa pelanggan merasa pengiriman barang selalu tiba sesuai jadwal yang disepakati.

Pertanyaan lainnya juga menunjukkan skor yang tinggi dan konsisten, mencerminkan tingkat kepercayaan pelanggan yang cukup kuat terhadap komitmen perusahaan dalam memenuhi jadwal pengiriman. Terdapat sedikit variasi skor pada pertanyaan ketiga dan keempat, hal ini tidak signifikan dan tidak mengurangi kesimpulan umum bahwa perusahaan dinilai mampu menjaga ketepatan waktu dengan baik, yang menjadi salah satu faktor penting dalam membangun kepuasan pelanggan.

4.3.2 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel Kualitas Pelayanan pada penelitian ini diukur melalui 4 pertanyaan. Hasil scoring terhadap tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan berdasarkan kategorinya diperoleh data pada tabel berikut ini :

Tabel 4.5 Indeks Variabel Kualitas Pelayanan

No	Indikator	SS		S		N		TS		STS		Jml	Skor	Rata-rata
		F	Fxs	F	Fxs	F	Fxs	F	Fxs	F	Fxs			
1	PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta selalu memberikan layanan yang sesuai dengan janji yang telah disampaikan.	20	100	15	60	4	12	0	0	1	1	40	173	4,33
2	PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta cepat dalam merespons setiap pertanyaan atau keluhan saya mengenai produk dan layanan.	11	55	16	64	10	30	2	4	1	1	40	154	3,85
3	PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta memberikan jaminan bahwa produk yang diterima pelanggan selalu memenuhi standar yang dijanjikan.	13	65	18	72	7	21	1	2	1	1	40	161	4,03
4	PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta selalu menunjukkan perhatian yang tinggi terhadap kebutuhan saya sebagai pelanggan.	10	50	6	24	16	48	5	10	3	3	40	135	3,38
5	Produk yang diterima dari PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta selalu dalam kondisi yang baik dan sesuai dengan standar kualitas.	16	80	12	48	9	27	3	6	0	0	40	161	4,03
Rata-rata														3.92

Sumber : Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 4.5, variabel Kualitas Pelayanan memperoleh nilai rata-rata 3,92, yang termasuk dalam kategori baik. Pelanggan menilai pelayanan PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta sudah memenuhi harapan mereka. Indikator dengan skor tertinggi adalah kesesuaian layanan dengan janji perusahaan (4,33), diikuti oleh pemenuhan standar kualitas produk dan kondisi produk yang baik (masing-masing 4,03), yang mencerminkan kepercayaan pelanggan terhadap komitmen dan kualitas hasil layanan perusahaan.

Namun, terdapat satu indikator yang menonjol sebagai catatan penting, yaitu perhatian perusahaan terhadap kebutuhan pelanggan, yang hanya memperoleh rata-rata 3,38 dan berada di kategori sedang. Masih ada ruang perbaikan dalam aspek empati atau pendekatan personal terhadap pelanggan. Selain itu, kecepatan dalam merespons pertanyaan dan keluhan juga masih tergolong cukup, meskipun belum optimal.

4.3.3 Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel Kepuasan Pelanggan pada penelitian ini diukur melalui 6 pertanyaan. Hasil skoring terhadap tanggapan responden mengenai Kual Kepuasan Pelanggan berdasarkan kategorinya diperoleh data pada tabel berikut ini :

Tabel 4.6 Indeks Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Indikator	SS		S		N		TS		STS		Jml Skor	Rata-rata	
		F	Fxs	F	Fxs	F	Fxs	F	Fxs	F	Fxs			
1	Saya merasa layanan yang diberikan PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta sesuai dengan harapan saya.	16	80	17	68	6	18	1	2	0	0	40	168	4,20
2	Saya puas karena hasil pekerjaan PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta memenuhi standar yang saya harapkan.	10	50	18	72	9	27	3	6	0	0	40	155	3,88
3	Saya berencana menggunakan kembali jasa PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta untuk proyek saya berikutnya.	16	80	13	52	10	30	1	2	0	0	40	164	4,10
4	Saya merasa nyaman dan tertarik untuk kembali bekerja sama dengan PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta.	15	75	14	56	8	24	3	6	0	0	40	161	4,03
5	Saya akan merekomendasikan PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta kepada rekan atau kolega saya.	12	60	15	60	8	24	4	8	1	1	40	153	3,83
6	Saya merasa yakin untuk menyarankan PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta kepada orang lain yang membutuhkan layanan serupa.	10	50	18	72	9	27	3	6	0	0	40	15	3,88
Rata-rata													3,98	

Sumber : Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 4.6, variabel Kepuasan Pelanggan menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3,98, yang tergolong dalam kategori baik. Pelanggan merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta. Indikator dengan nilai tertinggi adalah kesesuaian layanan dengan harapan pelanggan (4,20), yang menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi ekspektasi mayoritas pelanggannya. Namun, terdapat beberapa indikator yang perlu menjadi perhatian lebih lanjut. Niat untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain (3,83) dan keinginan untuk menggunakan kembali jasa perusahaan (4,10) menunjukkan bahwa meskipun pelanggan puas, loyalitas jangka panjang dan promosi dari mulut ke mulut belum sepenuhnya optimal.

4.4 Hasil Pengujian Hipotesis

4.4.1 Uji Asumsi Klasik

4.4.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov, dengan kriteria sebagai berikut: jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas	Nilai	Keterangan
Kolmogorov-Smirnov Z	0,845	Normal

Sumber : Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 4.7, hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov Z menunjukkan nilai sebesar 0,845 lebih besar dari 0,05, sehingga data dalam penelitian ini dapat dinyatakan berdistribusi

normal. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan telah memenuhi salah satu asumsi dasar dalam analisis regresi, yaitu asumsi normalitas.

4.4.1.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan dua metode, yaitu Tolerance Value (TOL) dan Variance Inflation Factor (VIF). TOL yang rendah berhubungan dengan nilai VIF yang tinggi.

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas

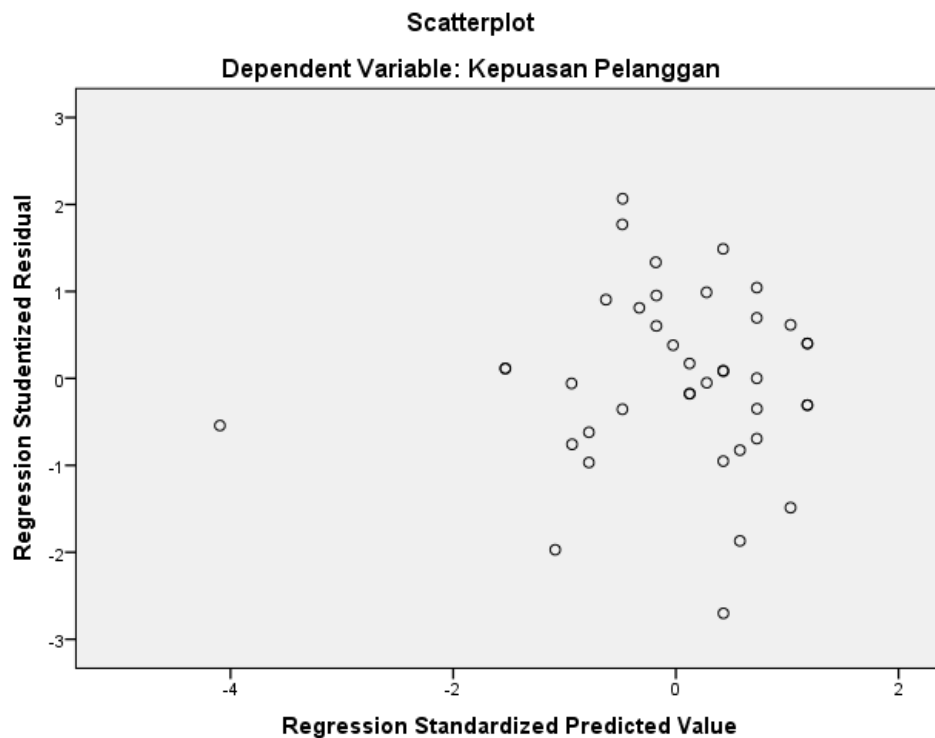
Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Ketepatan Waktu Pengiriman	.385	2.600
Kualitas Pelayanan	.385	2.600

Sumber : Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 4.8, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai Tolerance untuk variabel Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan masing-masing sebesar 0,385, dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 2,600. Karena nilai $Tolerance > 0,1$ dan $VIF < 10$, maka kriteria tersebut sudah terpenuhi dapat disimpulkan bahwa model regresi yang telah digunakan dalam studi ini tidak terdapat multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi, sehingga model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi.



Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan Gambar 4.2 yang menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas melalui scatterplot antara *Regression Standardized Predicted Value* dan *Regression Studentized Residual*, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara merata, dimana pola titik-titik ada di antara nilai 0, di sebelah kanan terdapat +2 di kiri -2. spesifik ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

4.4.1.4 Uji Linearitas

Pengujian linearitas melalui *Test for Linearity* dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi pada bagian *Linearity* kurang dari 0,05, maka hubungan antarvariabel dinyatakan linier.

Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig. Deviation From Linearity	Sig. Linearity
Ketepatan Waktu Pengiriman (X1)	0,752	0,000
Kualitas Pelayanan (X2)	0,329	0,000

Sumber : Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 4.9, hasil uji linearitas menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu Ketepatan Waktu Pengiriman (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2), memiliki hubungan yang linier secara signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi pada kolom Linearity yang masing-masing sebesar 0,000, lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Selain itu, nilai Sig. Deviation from Linearity untuk kedua variabel lebih besar dari 0,05 ($X1 = 0,752$ dan $X2 = 0,329$), yang berarti tidak terdapat penyimpangan dari linearitas.

4.4.1.5 Uji Autokorelasi

Salah satu cara mendeteksi multikolinearitas adalah dengan uji Durbin-Watson, di mana nilai statistiknya menunjukkan adanya autokorelasi positif, negatif, atau tidak ada sama sekali berdasarkan rentang tertentu. Jika hasilnya berada dalam zona tidak meyakinkan, maka perlu digunakan uji tambahan atau penambahan data untuk memperoleh kesimpulan yang lebih akurat.

Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi

Hasil Uji Autokorelasi	Nilai
Durbin-Watson	2,320

Sumber : Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan hasil Uji Autokorelasi yang ditunjukkan pada Tabel 4.10, nilai Durbin-Watson sebesar 2,320 menunjukkan bahwa tidak terdapat

gejala autokorelasi dalam model regresi yang digunakan. Nilai tersebut berada di antara batas dU dan $4-dU$, yang sesuai dengan kriteria tidak adanya autokorelasi, baik positif maupun negatif.

4.4.2 Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini diolah menggunakan SPSS.

Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	.919	2.859
1 Ketepatan Waktu Pengiriman	.617	.257
Kualitas Pelayanan	.624	.187

Sumber : Data Diolah Penulis (2025)

$$Y = 0,919 + 0,617 * X1 + 0,624 * X2 + e$$

Berdasarkan Tabel 4.11, hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel ketepatan waktu pengiriman ($X1$) dan kualitas pelayanan ($X2$) memiliki koefisien regresi positif masing-masing sebesar 0,617 dan 0,624. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,617 dan 0,624 satuan secara berturut-turut, dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai konstanta sebesar 0,919 menunjukkan bahwa jika tidak ada pengaruh dari kedua variabel independen, maka nilai kepuasan pelanggan berada pada angka tersebut. Hal ini menandakan bahwa

kedua variabel memiliki kontribusi positif terhadap peningkatan kepuasan pelanggan pada PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta.

4.4.3 Uji Hipotesis

4.4.3.1 Uji t (Parsial)

Jika t hitung lebih kecil dari t tabel, maka hipotesis ditolak. Sebaliknya, jika t hitung lebih besar dari t tabel, hipotesis diterima. Selain itu, pengujian juga dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan taraf signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hipotesis ditolak, dan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, hipotesis diterima.

Tabel 4.12 Hasil Uji t (Parsial)

Model		t	Sig.
1	(Constant)	.321	.750
	Ketepatan Waktu Pengiriman	2.404	.021
	Kualitas Pelayanan	3.336	.002

Sumber : Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 4.12, dapat disimpulkan bahwa.

1. Ketepatan waktu pengiriman memiliki nilai t sebesar 2,404 dengan signifikansi 0,021 ($< 0,05$), yang berarti variabel ini berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tepat waktu pengiriman dilakukan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.
2. Kualitas pelayanan menunjukkan nilai t sebesar 3,336 dengan signifikansi 0,002 ($< 0,05$), yang juga berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik pelayanan yang

diberikan, semakin besar kontribusinya dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta.

4.4.3.2 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji F ini melibatkan beberapa dasar analisis untuk menentukan apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel yang diuji dalam penelitian.

Tabel 4.13 Hasil Uji F (Simultan)

Model		F	Sig.
1	Regression	38.325	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber : Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 4.13, nilai F sebesar 38,325 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa variabel ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.4.3.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam memprediksi variabel dependen. Semakin besar nilai R^2 yang mendekati 1, semakin baik model regresi dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati 0, maka model regresi kurang mampu menjelaskan variabel dependen dengan baik. Koefisien determinasi ini memberikan gambaran mengenai

seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap perubahan variabel dependen.

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

	R Square	Adjusted R Square
Nilai	0,674	0,657

Sumber : Data Diolah Penulis (2025)

Berdasarkan Tabel 4.14, nilai Adjusted R Square sebesar 0,657 menunjukkan bahwa sebesar 65,7% variasi dalam variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan. Sementara sisanya, yaitu 34,3%, dipengaruhi oleh faktor lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Hubungan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, ketepatan waktu pengiriman menunjukkan nilai t sebesar 2,404 dengan tingkat signifikansi 0,021, yang berada di bawah ambang batas 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tepat waktu perusahaan mengirimkan barang sesuai jadwal yang dijanjikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa variabel Ketepatan Waktu Pengiriman memiliki peranan dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap layanan PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta.

Indikator dengan nilai tertinggi adalah pernyataan “barang selalu tiba tepat waktu sesuai jadwal yang disepakati” dengan rata-rata 4,55,

mencerminkan kepercayaan kuat pelanggan terhadap ketepatan pengiriman. Sementara itu, indikator dengan nilai terendah adalah “perusahaan konsisten dalam menjaga ketepatan waktu pengiriman” dengan skor rata-rata 4,28, meskipun masih tergolong sangat baik, menunjukkan bahwa konsistensi pengiriman masih perlu ditingkatkan. Hasil ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman merupakan salah satu kekuatan utama PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta dalam membentuk kepuasan pelanggan, meskipun perlu evaluasi berkala untuk menjaga konsistensi layanan dari waktu ke waktu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Lai et al. (2022), yang menyatakan bahwa ketepatan waktu merupakan faktor prediktif paling kuat dalam menentukan kepuasan pelanggan pada layanan logistik last-mile. Hal ini mencerminkan bahwa pelanggan sangat mengutamakan aspek ketepatan waktu dalam proses pengiriman, dan setiap keterlambatan dapat berdampak signifikan terhadap penurunan tingkat kepuasan. Selain itu, penelitian Dewantoro et al. (2020) juga mendukung hasil ini, dengan menyimpulkan bahwa ketepatan pengiriman secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan dan turut membentuk persepsi terhadap kualitas layanan secara menyeluruh.

Penelitian yang dilakukan oleh Eviani dan Hidayat (2021) turut mengungkap bahwa kombinasi antara ketepatan waktu pengiriman dan ketersediaan sistem pelacakan online secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan. Artinya, pelanggan cenderung merasa lebih puas

apabila barang yang mereka pesan tiba sesuai jadwal, terlebih jika mereka dapat memantau proses pengiriman secara langsung.

4.5.2 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t sebesar 3,336 dengan tingkat signifikansi 0,002, yang berada di bawah batas 0,05. Hal ini menandakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta, semakin besar pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Layanan yang cepat tanggap, profesional, dan sesuai dengan harapan pelanggan merupakan elemen penting dalam menciptakan pengalaman kerja sama yang positif.

Indikator dengan skor tertinggi adalah "layanan sesuai dengan janji perusahaan" dengan rata-rata 4,33, menunjukkan bahwa pelanggan sangat menghargai konsistensi perusahaan dalam menepati komitmennya. Di sisi lain, indikator dengan skor terendah adalah "perhatian terhadap kebutuhan pelanggan" yang hanya memperoleh rata-rata 3,38, mengindikasikan bahwa aspek empati atau pendekatan personal masih belum optimal. Skor ini menjadi perhatian penting karena menunjukkan bahwa meskipun perusahaan cukup andal dalam aspek teknis dan janji layanan, namun sentuhan personal dan kepedulian terhadap kebutuhan spesifik pelanggan masih perlu ditingkatkan.

Hasil ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Le et al. (2020), yang menyatakan bahwa kualitas layanan logistik di pelabuhan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh ini menjadi lebih signifikan seiring kemajuan teknologi, khususnya pada aspek fisik (tangibles), yang turut mendorong peningkatan kualitas layanan secara menyeluruh. Sementara itu, penelitian oleh Attamimi et al. (2020) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas layanan, harga, serta ketepatan waktu. Pelayanan yang konsisten, ramah, dan dapat dipercaya berperan penting dalam membentuk persepsi positif serta meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Studi ini juga sejalan dengan temuan Dewantoro et al. (2020), yang menyatakan bahwa kualitas layanan serta ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, terutama dalam sektor logistik. Temuan ini menegaskan bahwa pelayanan yang prima tidak hanya memberikan kenyamanan bagi pelanggan, tetapi juga mendorong terbentuknya loyalitas serta keinginan untuk terus menggunakan layanan perusahaan di masa mendatang.

4.5.3 Hubungan Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai F sebesar 38,325 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta.

Artinya, kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel kepuasan pelanggan. Dengan demikian, peningkatan dalam hal ketepatan waktu serta mutu pelayanan secara langsung dapat mendorong peningkatan kepuasan pelanggan.

Namun, jika dilihat dari rata-rata skor indeks masing-masing variabel, ketepatan waktu pengiriman memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,43, menandakan bahwa pelanggan sangat puas terhadap aspek ketepatan waktu yang dijaga oleh PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta. Di sisi lain, variabel kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata lebih rendah, yakni 3,92, dan variabel kepuasan pelanggan berada pada posisi tengah dengan skor 3,98. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun perusahaan telah berhasil menjaga ketepatan waktu dengan sangat baik, masih terdapat celah dalam aspek pelayanan, khususnya pada indikator empati dan kecepatan merespons keluhan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil studi Koay et al. (2022) mengenai layanan pengantaran makanan online, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang mencakup ketepatan waktu pengiriman memiliki kontribusi langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, Lai et al. (2022) menegaskan bahwa ketepatan waktu merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks layanan logistik last-mile. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat pandangan bahwa aspek waktu dan mutu pelayanan bukan sekadar urusan operasional,

melainkan merupakan bagian strategis dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Asawawibul et al. (2025) dalam bidang logistik e-commerce juga menyoroti pentingnya efisiensi waktu dalam proses transportasi serta kualitas pelayanan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan menerima layanan yang cepat dan berkualitas, persepsi mereka terhadap profesionalisme dan kredibilitas perusahaan pun cenderung meningkat.

4.6 Output Penelitian Terapan

PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta telah memiliki pengalaman panjang dan tim profesional yang andal, perusahaan ini masih menghadapi kendala operasional akibat belum adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) dan flowchart kerja yang maksimal dan terdokumentasi dengan baik. Ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka salah satu output yang tepat untuk diterapkan oleh PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta adalah penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) Pengiriman dan Pelayanan Pelanggan. SOP ini bertujuan untuk menjamin konsistensi dalam proses operasional yang berkaitan dengan pengiriman barang dan layanan pelanggan, serta memastikan bahwa setiap tim memiliki pedoman kerja yang terstruktur agar mampu memenuhi ekspektasi pelanggan secara optimal. Langkah-langkah implementasi SOP dapat dimulai dengan:

4.6.1 SOP Ketepatan Waktu Pengiriman

Tujuan:

Memastikan barang atau material sampai ke lokasi tepat waktu sesuai dengan jadwal kebutuhan proyek.

Ruang Lingkup:

Seluruh proses pengiriman barang/material dari gudang atau supplier ke lokasi proyek.

Prosedur:

1. Permintaan Barang/Material

Lead/Spv mengajukan permintaan barang/material melalui form permintaan. Admin project menginput dan mengarsipkan form permintaan.

2. Koordinasi Pengiriman

Admin project berkoordinasi dengan Admin Gudang mengenai waktu dan jenis barang yang akan dikirim. Menentukan jadwal pengiriman berdasarkan prioritas dan kebutuhan lapangan.

3. Penjadwalan dan Monitoring

Admin Gudang membuat jadwal pengiriman dan menyampaikan ke tim logistik. Admin Project mencatat jadwal kedatangan dan menyiapkan penerimaan.

4. Penerimaan di Lapangan

Barang diterima oleh admin project/lapangan sesuai waktu yang dijadwalkan. Bila terjadi keterlambatan, dicatat dalam laporan dan dikonfirmasi penyebabnya.

5. Evaluasi Ketepatan Waktu

Setiap akhir minggu, admin project membuat rekap pengiriman dan menilai ketepatan waktu. Bila ada keterlambatan berulang, dilakukan evaluasi bersama Gudang & Lead/Spv.

6. Dokumentasi

Tanda terima, bukti pengiriman, dan form evaluasi disimpan dalam arsip mingguan.

4.6.2 SOP Kualitas Pelayanan

Tujuan:

Menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan administrasi proyek agar berjalan efektif dan memuaskan semua pihak terkait.

Ruang Lingkup:

Pelayanan administratif termasuk komunikasi, dokumentasi, dan koordinasi antar pihak dalam proyek.

Prosedur:

1. Penerimaan dan Tanggapan Permintaan

Semua permintaan dari Lead, Spv, atau Owner diterima secara tertulis atau lisan. Admin merespons maksimal dalam 1×24 jam kerja.

2. Koordinasi Lintas Tim

Setiap permintaan disampaikan ke pihak terkait (purchasing, gudang, HRD) secara jelas dan cepat. Melakukan follow-up hingga proses selesai.

3. Ketepatan Dokumen dan Data

Pastikan semua data absensi, laporan harian, dan dokumen lembur akurat. Verifikasi silang dengan sistem, mandor, dan staff terkait.

4. Komunikasi Profesional

Menggunakan bahasa yang sopan dan jelas saat menyampaikan informasi. Menyampaikan informasi penting secara langsung dan tertulis (chat/email).

5. Penyimpanan Dokumen

Semua dokumen penting difiling secara rapi berdasarkan kategori (absensi, barang, lembur, inventaris). *Backup* digital minimal seminggu sekali.

6. Evaluasi Pelayanan

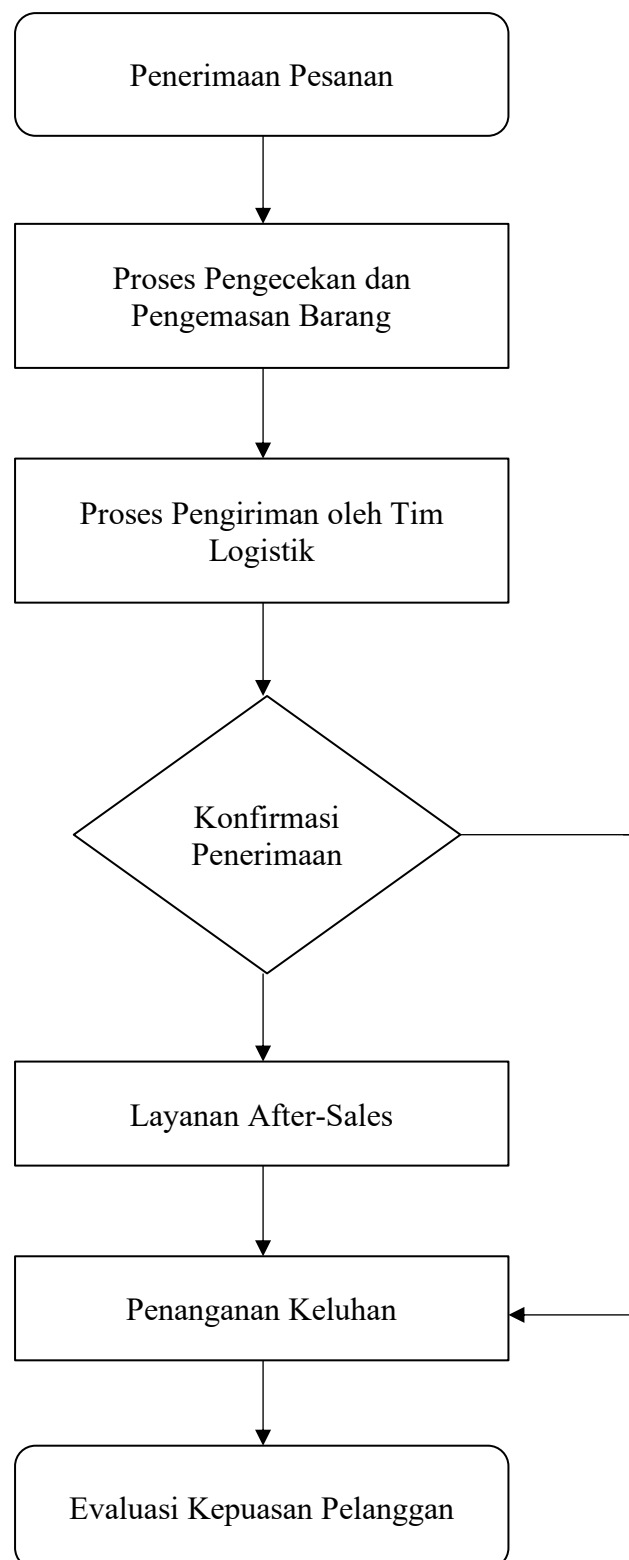
Setiap bulan, lakukan review kinerja administrasi bersama PM/Lead. Terima masukan untuk peningkatan pelayanan.

PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta dapat menjaga ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan tetap berada dalam standar yang diharapkan pelanggan. SOP ini juga akan memudahkan proses evaluasi kinerja, meningkatkan efektivitas kerja tim, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih positif dan berkelanjutan. Langkah ini menjadi bagian

penting dalam strategi peningkatan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas jangka panjang.

4.6.3 Flowchart

Untuk mendukung implementasi SOP Pengiriman dan Pelayanan Pelanggan, disarankan dibuat sebuah flowchart alur operasional yang menggambarkan proses secara visual dari awal hingga akhir. Berikut merupakan usulan flowchart untuk PT. Selaras Cipta Sempurna Jakarta.



Gambar 4.3 Flowchart Usulan PT Selaras Cipta Sempurna Jakarta

Sumber : Data Diolah Penulis (2025)