

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KETEPATAN WAKTU, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA JASA *FREIGHT FORWARDING*
PT DIAN MEGA KURNIA CARGO CABANG SOLO**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Pendidikan
Program Studi D-IV (Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi
Logistik Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro**



Disusun Oleh :

Nama : Septina Umi Wardani

NIM : 40011322650152

**PROGRAM STUDI D-IV (SARJANA TERAPAN)
MANAJEMEN DAN ADMINISTRASI LOGISTIK
DEPARTEMEN BISNIS DAN KEUANGAN
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

2026

MOTTO

“Terkadang orang dengan masa lalu paling kelam akan menciptakan masa
depan paling cerah”
(Umar bin Khattab)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk :

1. Puji syukur terhadap kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
2. Bapak Joko Margono dan Ibu Umi Warsiti Selaku kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dan doa.

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu, dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Jasa *Freight forwarding* PT DIAN MEGA KURNIA CARGO CABANG SOLO

Nama : Septina Umi Wardani

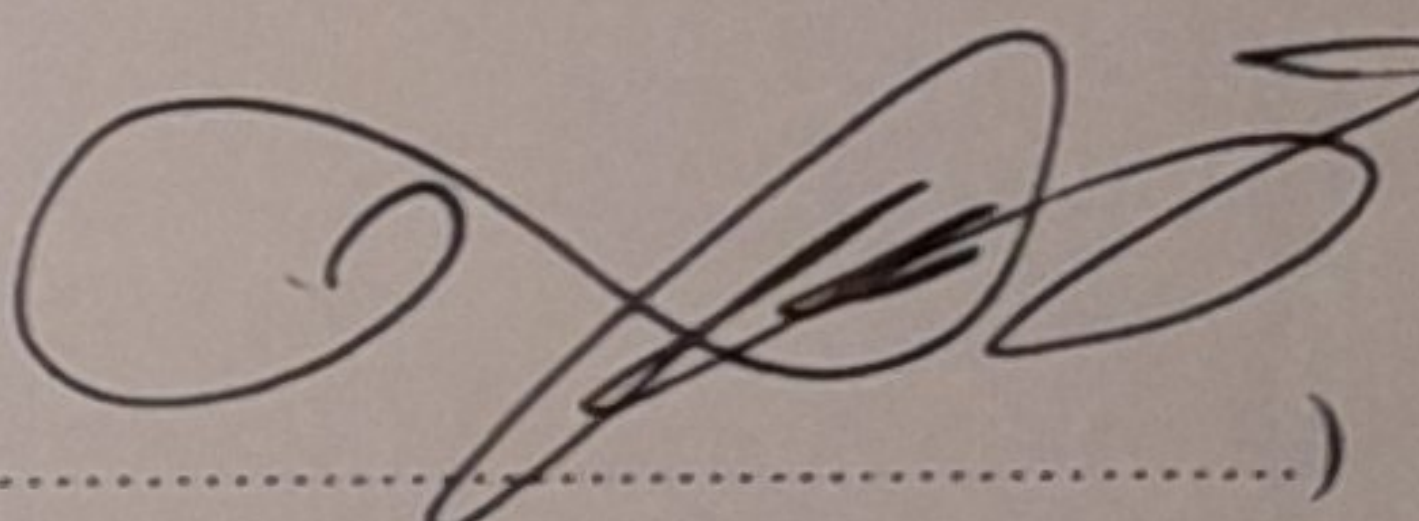
NIM : 40011322650152

Program Studi : Manajemen dan Administrasi Logistik

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan D-IV (Sarjana Terapan) Manajemen dan Administrasi logistik Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

Dosen Pembimbing:

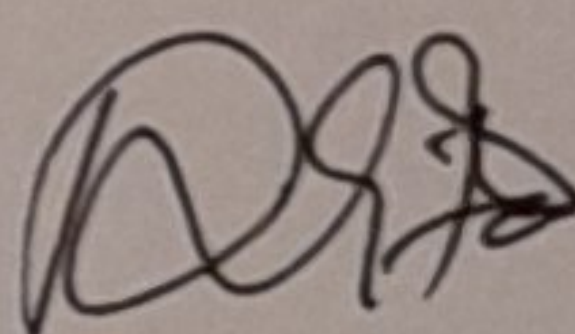
Dr. Nurul Imani Kurniawati, S.E., M.M
NIP. H.7.198510312018072001



(.....)

Dosen Penguji 1:

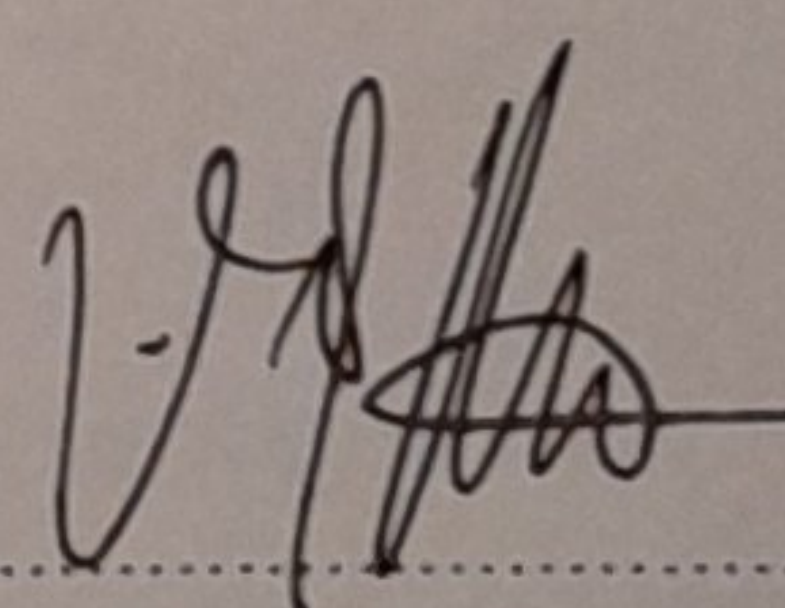
Riandhita Eri Werdani, S.M.B., M.S.M.
NIP. H.7.199003312018072001



(.....)

Dosen Penguji 2:

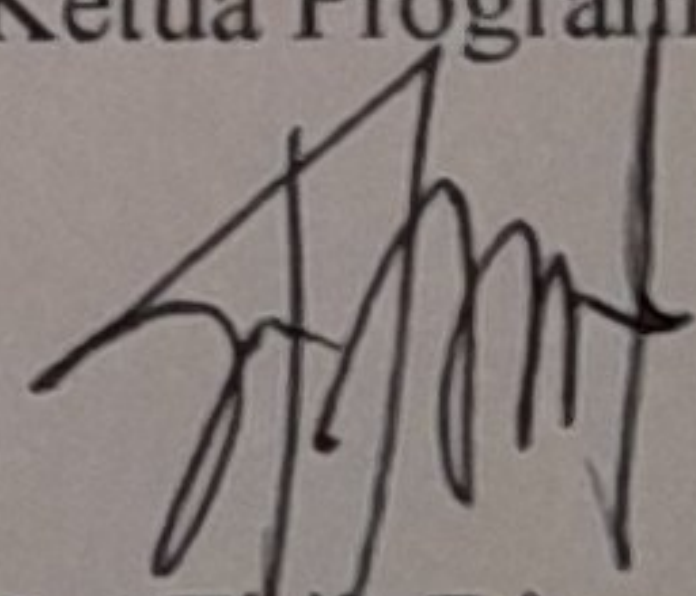
Suwandi, S.A.P., M.Si.
NIP. 1990041220190310007



(.....)

Semarang,

Ketua Program Studi



Dr. Titik Djumiarti, S.Sos., M.Si
NIP. 197009251994032001

ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat dalam industri freight forwarding menuntut perusahaan untuk mampu mempertahankan loyalitas pelanggan sebagai salah satu faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha. PT Dian Mega Kurnia Cargo Cabang Solo masih menghadapi berbagai kendala operasional yang berkaitan dengan ketepatan waktu pengiriman, kualitas pelayanan, serta persepsi pelanggan terhadap harga yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, ketepatan waktu, dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan dengan mempertimbangkan peran kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang diberikan kepada 110 pelanggan PT Dian Mega Kurnia Cargo Cabang Solo, kemudian dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, ketepatan waktu, dan persepsi harga berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan maupun loyalitas pelanggan. Ketepatan waktu menjadi faktor yang memberikan kontribusi paling besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, sedangkan kepuasan pelanggan terbukti memiliki peran dominan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga mampu memediasi hubungan antara kualitas layanan, ketepatan waktu, dan persepsi harga dengan loyalitas pelanggan secara signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan ketepatan waktu pengiriman perlu menjadi prioritas utama perusahaan yang didukung oleh perbaikan kualitas pelayanan dan penyampaian informasi harga yang lebih transparan agar kepuasan pelanggan dapat meningkat dan loyalitas pelanggan dapat dipertahankan dalam jangka panjang.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, *Freight Forwarding*, SEM-PLS

ABSTRACT

Increasingly fierce competition in the freight forwarding industry compels companies to maintain customer loyalty as a crucial factor for business sustainability. The Solo branch of PT Dian Mega Kurnia Cargo faces operational challenges regarding delivery timeliness, service quality, and price perception—factors that potentially impact customer satisfaction and loyalty. This study analyzes the influence of service quality, timeliness, and price perception on customer loyalty, considering customer satisfaction as a mediating variable. A quantitative approach was employed, utilizing questionnaires distributed to 110 customers of PT Dian Mega Kurnia Cargo's Solo branch; the data were subsequently analyzed using the Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) method via SmartPLS 4 software. The results indicate that service quality, timeliness, and price perception have a positive and significant impact on both customer satisfaction and customer loyalty. Timeliness emerged as the most significant contributor to enhancing customer satisfaction, while customer satisfaction played a dominant role in shaping customer loyalty. Furthermore, customer satisfaction significantly mediated the relationships between service quality, timeliness, and price perception and customer loyalty. These findings suggest that improving delivery timeliness should be the company's top priority—supported by enhanced service quality and more transparent pricing information—to boost customer satisfaction and sustain customer loyalty in the long term.

Keywords: Service Quality, Timeliness, Price Perception, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Freight Forwarding, SEM-PLS

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, berkah, dan karunia-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan lancar. Karya tulis yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu, Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Jasa *Freight Forwarding* PT Dian Mega Kurnia Cargo Cabang Solo ”** ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Manajemen dan Administrasi Logistik, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro. Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam menyusun Tugas Akhir ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, motivasi, dan dukungan penuh dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Diponegoro beserta seluruh jajarannya.
2. Prof. Dr. Ir. Budiyo, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro beserta seluruh jajarannya.
3. Dr. Titik Djumiarti, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Administrasi Logistik, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.
4. Agung Budiatmo, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Wali yang telah dengan sabar membimbing dan mengarahkan penulis sejak awal masa perkuliahan hingga akhir.
5. Dr. Nurul Imani Kurniawati, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan berharga, koreksi,

serta motivasi demi kesempurnaan karya ini.

6. Riandhita Eri Werdani, S.M.B., M.S.M. selaku Dosen Penguji 1 telah memberikan saran, kritik, dan masukan yang sangat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.
7. Suwandi, S.A.P., M.Si. selaku Dosen Penguji 2 yang telah meluangkan waktu menguji dan memberikan evaluasi demi perbaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen dan Administrasi Logistik, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro, atas segala ilmu pengetahuan dan bekal berharga yang telah diajarkan.
9. Kedua Orang Tua dan Kerabat Dekat, tercinta yang selalu mencurahkan kasih sayang, doa tulus, serta dukungan moril maupun materil yang tiada henti.
10. Teman-teman seperjuangan Manajemen dan Administrasi Logistik Angkatan 2022, terima kasih atas kebersamaan, solidaritas, dan cerita indah selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga karya ini dapat memberikan manfaat nyata bagi pembaca serta pihak-pihak yang berkepentingan.

Semarang, 24 Juni 2026

Septina Umi Wardani .

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
MOTTO	ii
PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH TUGAS AKHIR....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Bagi Peneliti.....	13
1.4.2 Bagi Program Studi.....	13
1.4.3 Bagi Perusahaan	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEPTUAL.....	15
2.1 Kajian Teori	15
2.1.1 Kualitas Layanan	15
2.1.2 Ketepatan Waktu	17

2.1.3	Persepsi Harga.....	19
2.1.4	Kepuasan Pelanggan	22
2.1.5	Loyalitas Pelanggan	24
2.2	Kajian Penelitian Terdahulu.....	27
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	39
2.4	Model Penelitian / Kerangka Konseptual	48
2.5	Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN		50
3.1	Rancangan Penelitian.....	50
3.2	Definisi Operasional Variabel Dan Indikator Variabel	51
3.2.1	Variabel Penelitian	51
3.2.2	Definisi Operational Variabel.....	52
3.3	Populasi Dan Sampel	58
3.3.1	Populasi.....	58
3.3.2	Sampel.....	59
3.3.3	<i>Tenik Sampling</i>	61
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.4.1	Kuisisioner (Angket)	62
3.4.2	Observasi.....	63
3.5	Uji Validitas Dan Uji Realibilitas	64
3.5.1	Uji Validitas.....	64
3.5.2	Uji Realibilitas	65
3.6	Teknik Analisis Data	66
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		75
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	75
4.2	Struktur Organisasi	77
4.3	Tugas dan Fungsi Devisi.....	77
4.4	Gambaran Umum Responden.....	80

4.4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
4.4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
4.4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Jasa	82
4.5	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	83
4.6	<i>Analisis Structural Equation Modeling – Partial Least Square</i> (SEM- PLS)	88
4.6.1	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	88
4.6.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	94
4.6.3	Pengujian Hipotesis	98
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian	107
4.7.1	Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	107
4.7.2	Pengaruh Ketepatan Waktu (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	109
4.7.3	Pengaruh Persepsi Harga (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	110
4.7.4	Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	111
4.7.5	Pengaruh Ketepatan Waktu (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	112
4.7.6	Pengaruh Persepsi Harga (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	113
4.7.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	114
4.7.8	Kepuasan sebagai Mediasi Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	115
4.7.9	Kepuasan sebagai Mediasi Ketepatan Waktu terhadap Loyalitas Pelanggan	116
4.7.10	Kepuasan sebagai Mediasi Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	117
4.8	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	118

4.9	Output Penelitian Terapan.....	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		122
5.1	Kesimpulan	122
5.2	Saran	124
DAFTAR PUSTAKA		126
LAMPIRAN.....		132

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Identifikasi Keluhan Pelanggan Berdasarkan Hasil Wawancara	7
Tabel 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	53
Tabel 3.2 Kriteria Uji Validitas Konvergen.....	68
Tabel 3.3 Kriteria Uji Validitas Diskriminan	69
Tabel 3.4 Kriteria Uji Reliabilitas	71
Tabel 3.5 Ringkasan Kriteria Evaluasi Inner Model.....	73
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Jasa	82
Tabel 4.4 Deskriptif Statistik Kualitas Layanan (X1).....	83
Tabel 4.5 Deskriptif Statistik Ketepatan Waktu (X2)	84
Tabel 4.6 Deskriptif Statistik Persepsi Harga (X3).....	85
Tabel 4.7 Deskriptif Statistik Kepuasan Pelanggan (Z).....	86
Tabel 4.8 Deskriptif Statistik Loyalitas Pelanggan (Y)	87
Tabel 4.9 Hasil <i>Outer Loadings</i>	89
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Konvergen.....	92
Tabel 4.11 Fornell-Larcker Criterion	93
Tabel 4.12 HTMT (<i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>).....	93
Tabel 4.13 <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF).....	94
Tabel 4.14 Koefisien determinasi (R^2)	95
Tabel 4.15 <i>Effect Size</i> (f^2).....	96

Tabel 4.16 <i>Relevansi prediktif</i> (Q^2)	97
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis – Efek Langsung (Direct Effects)	98
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis – Efek Tidak Langsung (Indirect Effects / Mediasi)	104
Tabel 4.19 Ringkasan Hasil Pengujian Seluruh Hipotesis	118
Tabel 4.20 Permasalahan serta Usulan Kebijakan Transparansi dan Komunikasi Harga	120
Tabel 4.21 Alur Usulan Kebijakan Transparansi dan Komunikasi Harga PT Dian Mega Kurnia Cargo Cabang Solo	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian 48

Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi 77

Gambar 4.2 Model Pengukuran 88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Penelitian.....	132
Lampiran 2 SOP	133
Lampiran 3 Kuisisioner Penelitian	135
Lampiran 4 Tabulasi Data	148
Lampiran 5 Hasil Model	193
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian.....	193
Lampiran 7 Biodata Peneliti	194