

**PENGARUH SISTEM PELACAKAN ONLINE DAN KETEPATAN
WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT POS INDONESIA KCP JOJOGAN**

SKRIPSI



Oleh :

ERRIKA ANGGUN FEBYANA

NIM. 21010189

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI CENDEKIA

BOJONEGORO

TAHUN 2025

**PENGARUH SISTEM PELACAKAN ONLINE DAN KETEPATAN
WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PADA PT POS INDONESIA KCP JOJOGAN**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
guna mencapai gelar Sarjana Manajemen pada
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia
Bojonegoro

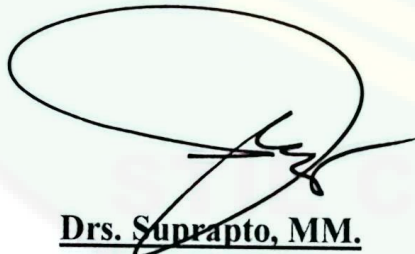
Oleh :

ERRIKA ANGGUN FEBYANA

NIM. 21010189

Menyetujui :

Dosen Pembimbing I



Drs. Suprpto, MM.
NIDK. 8930430021

Dosen Pembimbing II



Ahmad Saifuriza Effasa, S.H.I., MM.
NUPTK. 2857766667137052

Dipertahankan di Depan Panitia Penguji Skripsi

Program Studi Manajemen

STIE CENDEKIA BOJONEGORO

Oleh :

Nama Mahasiswa : Errika Anggun Febyana

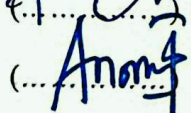
NIM : 21010189

Disetujui dan diterima pada

Hari, tanggal : Senin, 21 Juli 2025

Tempat : Ruang G, Kampus STIE Cendekia Bojonegoro

Dewan Penguji Skripsi :

1. Ketua Penguji : Dr. Ari Kuntardina, ST., SE., MM. 
2. Sekretaris Penguji : Ahmad Saifurriza Effasa, SHI., MM. 
3. Anggota Penguji : Latifah Anom, SE., MM. 

Disahkan oleh :

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

Ketua


Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak.
NURTEK. 7837753654232242

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadi dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang bisa kau ceritakan.”

(Boy Candra)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Dan tidak ada kemudahan tanpa doa.”

(Ridwan Kamil)

Kupersembahkan untuk :

*Diri saya sendiri yang telah berjuang untuk pencapaian yang luar biasa
menyelesaikan Pendidikan Sarjana Manajemen*

Untuk Bapak Alex Iswandi (Alm) anakmu sudah lulus pak

Untuk Ibu Eni Kusrini terimakasih telah melanjutkan perjuangan bapak

Untuk Kakak ku dan Mbak ku terimakasih sudah mensupport adikmu ini

Guru-Guru dan Dosen-Dosenku

Almamaterku STIEKIA

Serta teman – temanku yang selalu aku repotin

ABSTRAK

Febyana, Errika Anggun. 2025. *Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia Kcp Jojogan. Skripsi*. Manajemen. STIE Cendekia. Drs. Suprpto, MM. selaku Pembimbing satu dan Ahmad Saifuriza Effasa, S.H.I.,MM. selaku Pembimbing dua.

Kata kunci : Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman, Kepuasan Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia Kcp Jojogan. Masalah utama yang diidentifikasi adalah kurangnya pemahaman mengenai sistem pelacakan online yang belum maksimal dan faktor keterlambatan sehingga berdampak terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa pengiriman PT Pos Indonesia Kcp Jojogan. Sampel ditentukan sebanyak 64 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara offline. Analisis data dilakukan dengan uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pelacakan online berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $8.414 > t$ tabel 1.999 . Maka H_1 dalam penelitian ini diterima. Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ dan nilai t hitung $9.183 > t$ tabel 1.999 . Maka H_2 dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan hasil penelitian, peningkatan sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki peran penting dalam meningkatkan pengalaman konsumen dan kepercayaan terhadap jasa pengiriman, sehingga perusahaan harus memperbaiki dan mengembangkan sistem pelacakan serta memastikan pengiriman tepat waktu untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Penelitian ini disarankan agar perusahaan meningkatkan fitur sistem pelacakan online dan memastikan ketepatan waktu pengiriman agar kepuasan konsumen tetap tinggi dan loyalitas terjaga.

BIODATA SINGKAT PENULIS

Nama Lengkap : Errika Anggun Febyana

NIM : 21010189

Tempat, Tanggal lahir : Tuban, 07 Februari 2003

Agama : Islam

Pendidikan Sebelumnya : SMA Negeri 1 Singgahan

Nama Orangtua / Wali : Eni Kusrini

Alamat Rumah : Dsn Krajan, Ds. Mulyoagung RT 001 RW 007

Kec. Singgahan Kab. Tuban

Judul Skripsi : Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia Kcp Jojogan

Bojonegoro, 18 Juli 2025

Penulis

Errika Anggun Febyana

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Errika Anggun Febyana

NIM : 21010189

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya, bahwa skripsi saya yang berjudul “ Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia Kcp Jojogan” adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia ijazah dan gelar Sarjana Manajemen yang saya terima dari STIE Cendekia Bojonegoro untuk ditinjau kembali.

Bojonegoro, 18 Juli 2025

Yang menyatakan



Errika Anggun Febyana

NIM. 21010189

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT dan sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen (S.M) Program Studi Manajemen. Selain itu bertujuan untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya bagi penulis dan juga menambah wawasan bagi pembaca.

Penulis ucapkan terimakasih dengan tulus kepada :

1. Allah SWT, atas limpahan rahmat, hidayah, dan kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak selaku Ketua STIE Cendekia Bojonegoro.
3. Ibu Latifah Anom, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Bapak Drs. Suprpto, MM. dan Bapak Ahmad Saifurriza Effasa, S.H.I. MM., selaku Dosen Pembimbing skripsi, terimakasih atas ilmu, waktu, dan bimbingannya yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Para Dosen, karyawan, rekan-rekan, dan semua pihak yang telah memberikan berbagai bentuk bantuan dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.

6. Orangtuaku tercinta, Bapak Alex Iswandi (Alm) dan Ibu Eni Kusriani serta keluarga yang sudah mensupport, memberikan dorongan semangat dan bantuan lainnya yang sangat berarti bagi penulis.
7. Kepada Mas B yang telah kebersamaan penulis, yang tidak mudah selama proses penyusunan skripsi. Terimakasih sudah berkontribusi banyak baik dalam meluangkan waktu, tenaga, materi maupun moril dan senantiasa sabar menghadapi saya.
8. Bapak M. Saiful Ardhi selaku Kepala Cabang PT Pos Indonesia Kcp Jojogan, yang sudah memberi izin untuk melakukan penelitian dan memberikan dorongan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-temanku, yang selalu aku repoti terimakasih sudah menemaniku selama masa perkuliahan, dan sudah memberikan semangat, dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

Kemudian sebagai hamba yang lemah, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kelemahan dan kekurangan. Untuk itu penulis harapkan saran dan kritik dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya, semoga Allah senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada siapa saja yang mencintai pendidikan. Aamiin Yaa Robbal Alamin.

Bojonegoro, 1 Juni 2025

Penulis

Errika Anggun Febyana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
BIODATA SINGKAT PENULIS	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Dan Cakupan Masalah	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR	13
A. Kajian Teori Dan Deskripsi Teori	13
1. Sistem Pelacakan Online.....	13
2. Ketepatan Waktu Pengiriman	15
3. Kepuasan Konsumen	19
B. Kajian Empiris	23
C. Kerangka Berfikir.....	27
D. Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
A. Metode Dan Teknik Penelitian.....	31
B. Jenis Dan Sumber Data.....	32
C. Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling	33
D. Metode Dan Teknik Pengumpulan Data.....	36

E. Definisi Operasional.....	38
F. Metode Dan Teknik Analisis Data	40
1. Uji Instrumen.....	40
2. Uji Asumsi Klasik.....	42
3. Uji Hipotesis.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Obyek Penelitian	47
B. Hasil Penelitian Dan Analisis Data	51
C. Pembahasan	66
BAB V PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	77
LAMPIRAN 1. LEMBAR KUESIONER PENELITIAN.....	77
LAMPIRAN 2. DATA RESPONDEN	81
LAMPIRAN 3. DATA TABULASI KUESIONER.....	86
LAMPIRAN 4. HASIL ANALISIS DATA	92
LAMPIRAN 5. SURAT IZIN PENELITIAN.....	98
LAMPIRAN 6. SURAT TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Data Keluhan Konsumen	7
Tabel 2.	Kajian Empiris	23
Tabel 3.	Pemberian Skor Untuk Jawaban Kuesioner	38
Tabel 4.	Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	54
Tabel 8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pengiriman	55
Tabel 9.	Hasil Uji Validitas	57
Tabel 10.	Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 11.	Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 12.	Hasil Uji Multikolinearitas	61
Tabel 13.	Analisis Regresi Linear Berganda	63
Tabel 14.	Hasil Uji T	64
Tabel 15.	Hasil Koefisien Determinasi	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Top Brand Index Kategori Jasa Kurir 2024	2
Gambar 2. Data Pengguna Jasa PT Pos Indonesia 2024.....	6
Gambar 3. Kerangka Berfikir	28
Gambar 4. Struktur Organisasi	49
Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas	62

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

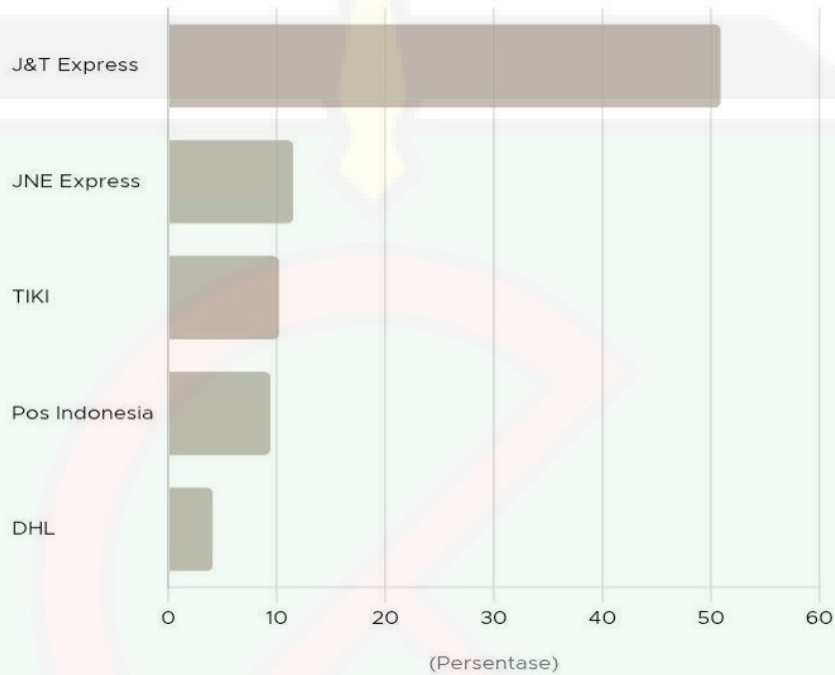
Seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi saat ini, industri logistik dan pengiriman barang mengalami transformasi yang pesat (Aliftian Nantigiri *et al.*, 2021:182). Penggunaan teknologi informasi tersebut untuk mempermudah transaksi dan pelacakan barang menjadi sangat penting karena untuk memenuhi harapan konsumen yang semakin tinggi terhadap kecepatan dan akurasi pengiriman (Primadi *et al.*, 2024).

Suatu perusahaan harus memanfaatkan kemajuan teknologi dalam menerapkan kebijakan baru yang menitikberatkan pada strategi pemasaran digital melalui platform e-commerce untuk meningkatkan keunggulannya. Karena permintaan akan layanan logistik dan kurir yang cepat, handal, dan efisien telah meningkat sebagai akibat dari pertumbuhan industri e-commerce yang signifikan (Veronica, S. A. Silalahi, N. Irenita, 2025). Saat ini di Indonesia memiliki banyak perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman. Keberagaman layanan itu memberikan kebebasan bagi konsumen untuk menentukan jasa pengiriman yang dinilai memiliki mutu pelayanan baik dan dapat diandalkan. Berikut merupakan data Top Brand Index Kategori layanan Jasa Kurir di Indonesia pada tahun 2024 :

Top Brand Index 2024 Kategori Jasa Kurir

GoodStats

Sumber: Top Brand Award



Gambar 1.

Top Brand Index Kategori Jasa Kurir 2024

(Sumber : Top Brand Award 2024)

Berdasarkan data di atas, bisnis kurir atau ekspedisi yang saat ini berkembang pesat di Indonesia dianggap memiliki prospek yang cerah. Melansir laman *Top Brand Award*, bahwa J&T Express mencapai 50,9 %, JNE Express 11,5 %, TIKI 10,2%, Pos Indonesia 9,40%, dan DHL 4,10 %. Kemampuan ekspedisi bisnis ini menciptakan persaingan yang sangat

ketat, karena mereka turut bersaing untuk memperbesar pangsa pasar dalam negeri dengan meningkatkan pelayanan yang berkualitas demi merebut hati konsumen.

Persaingan yang semakin ketat mendorong perusahaan pengiriman tersebut untuk meningkatkan pelayanan mereka semaksimal mungkin untuk dapat memuaskan konsumen mereka (Juniariska *et al.*, 2020). Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing yaitu dengan memberikan pelayanan berkualitas tinggi yang memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen menurut Sumbayak R.S.S, (2024). Konsumen menginginkan pengiriman barang yang cepat dan aman, hal tersebut menjadi persaingan yang ketat dalam industri pengiriman atau jasa ekspedisi pengiriman di PT Pos Indonesia Kcp Jojogan seperti JNE, Ninja Expres, Kerry Express, dan SiCepat. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kualitas layanannya, seperti ketepatan waktu dalam pengiriman paket serta keakuratan sistem pelacakan.

Sistem pelacakan online, merupakan fenomena perkembangan digital yang menjadikan konsumen bisa memantau status pengiriman secara real-time atau langsung, memberikan rasa aman dan jelas. Karena saat ini jasa pengiriman barang menjadi hal yang sangat penting dan dibutuhkan oleh semua orang (Isnaini Aulia Lutha *et al.*, 2024). Sistem pelacakan online tersebut mempermudah konsumen untuk mengetahui dan melacak status barang yang di pesan dengan mudah, guna meningkatkan pemahaman konsumen tentang paket mereka tiba, dan memastikan bahwa

barang itu tidak hilang atau tertukar (Siburian Resta *et al.*, 2024). Dengan adanya sistem pelacakan online ini memudahkan para konsumen untuk mengakses informasi yang diperlukan, karena portal layanan tersedia sepanjang hari. Dan konsumen dapat melacak barang yang mereka pesan secara langsung dengan fasilitas pelacakan online. Sehingga konsumen dapat melihat sampai mana barang yang dikirim dengan mengunjungi situs web resmi *Pos Indonesia Lacak* atau mengunduh aplikasi *Pos Aja* di play store. Dengan hal tersebut perusahaan logistik menyediakan layanan ini agar konsumen tidak khawatir tentang estimasi waktu pengiriman yang tidak pasti.

Menurut Eviani & Rachmat Hidayat (2021) mengatakan bahwa kepuasan konsumen akan meningkat dengan ketepatan waktu pengiriman perusahaan. Jika waktu yang diberikan oleh perusahaan dapat diproses dengan cepat dan tepat, kepuasan konsumen akan meningkat dan konsumen akan menjadi loyal terhadap perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rohman S. *et al.* (2021) mengonfirmasi bahwa kepuasan bergantung pada seberapa cepat proses pengiriman ke konsumen. Waktu pengiriman yang tepat adalah faktor penting dalam kepuasan konsumen karena barang yang dipesan tiba tepat waktu, cenderung konsumen akan memakai kembali jasa ekspedisi tersebut dan merekomendasikan kepada pihak lain karena memiliki layanan yang lebih memuaskan.

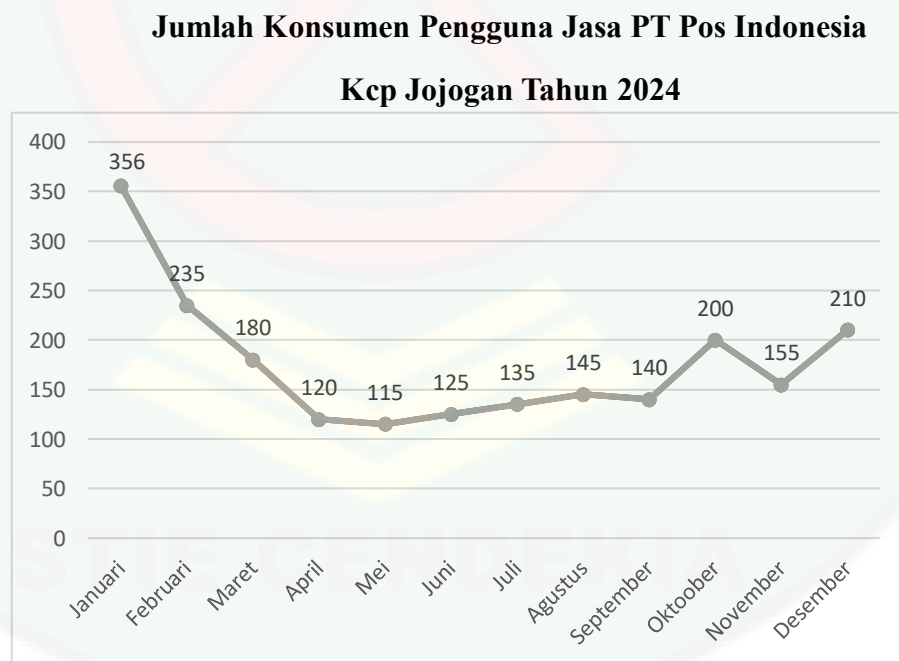
PT Pos Indonesia adalah perusahaan jasa tertua yang beroperasi di seluruh Indonesia, yang dimana hal tersebut bisa menjadi suatu kelebihan

tersendiri dibandingkan pesaingnya (Clarisa *et al.*, 2023). PT Pos Indonesia atau Kantor Pos, adalah perusahaan yang menawarkan jasa, terutama pengiriman surat menyurat. Penyediaan pos yang baik diperlukan untuk memenuhi kebutuhan komunikasi nasional dan internasional. Dengan pertumbuhan nasional dan mobilitas yang meningkat, pos sebagai alat komunikasi dalam bidang politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan, dan keamanan pada dasarnya harus mampu memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa dan negara, mempererat hubungan antar bangsa, dan memperlancar hubungan antara aparat pemerintah dengan masyarakat dan di antara mereka. Jadi, PT Pos diselenggarakan oleh negara untuk kepentingan umum.

PT. Pos Indonesia (Persero) KCP Jojogan telah menciptakan bentuk produk pengembangan dalam bisnis komunikasi mereka sebagai bagian dari proses inovasi untuk menghadapi pesaing sejenis. PT Pos Indonesia telah mengimplementasikan sistem pelacakan online yang memungkinkan konsumen untuk memantau perjalanan paket mereka. Meskipun sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman sudah diterapkan, tetapi masih terdapat tantangan dalam memastikan tingkat kepuasan konsumen yang optimal. Karena masih terdapat keluhan konsumen terkait ketidakakuratan informasi pelacakan dan masih ada yang belum mengerti bahwa paket yang dikirim itu bisa dilacak sendiri dengan memasukkan nomor resinya itu ke situs web resmi *Pos Indonesia Lacak* atau bisa mengunduh aplikasi *Pos Aja* di playstore, hal itu akan memudahkan

konsumen dan memantau status pengirimannya. Selain itu masalah ketepatan waktu pengiriman sering kali menjadi keluhan konsumen karena keterlambatan pengiriman sering kali menyebabkan ketidakpuasan konsumen. Terjadi keterlambatan pengiriman tersebut karena overload pengiriman yang bertepatan dengan event-event tertentu, cuaca yang buruk, hujan lebat, kemacetan di jalan ataupun kendala yang lain. Kedua faktor tersebut menjadi penting untuk diteliti, karena kepuasan konsumen yang tinggi akan berpotensi meningkatkan loyalitas konsumen dan memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan.

Berikut merupakan grafik jumlah konsumen pengguna jasa PT Pos Indonesia pada tahun 2024 adalah sebagai berikut :



Gambar 2.

Data Pengguna Jasa PT Pos Indonesia

(Sumber : Kantor Pos Kcp Jojogan, 2024)

Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa jumlah konsumen PT Pos Indonesia Kcp Jojogan mengalami fluktuasi. Dalam hal ini, pada bulan Januari sampai Mei mengalami penurunan yang cukup signifikan, pada bulan Juni sampai Agustus mengalami kenaikan secara perlahan, tetapi pada bulan september mengalami penurunan kembali, sebaliknya di bulan oktober mengalami kenaikan, kemudian bulan novemver mengalami penurunan dan pada bulan desember mengalami kenaikan. Hal ini dapat terjadi karena banyak penyebab yang membuat naik turunnya jumlah konsumen.

Berdasarkan data pengguna jasa pengiriman PT Pos Indonesia Kcp Jojogan tersebut juga terdapat keluhan konsumen. Berikut merupakan data keluhan konsumen pada tahun 2024 yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.

Data Keluhan Konsumen

Jumlah Dan Kategori Keluhan Konsumen 2024

No	Kategori Keluhan	Rata-rata Komplain
1	Paket terlambat	10 kali
2	Paket diterima tapi tidak secara langsung	3 kali
3	Paket rusak	6 kali

(Sumber : Data Keluhan Konsumen Kantor Pos Kcp Jojogan, 2024)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah keluhan terkait dengan paket terlambat sebanyak 10 kali dikarenakan salah sortir, cuaca yang buruk, dan volume pengiriman banyak. Kemudian keluhan terkait paket rusak sebanyak 6 kali dikarenakan packing nya kurang rapi dan aman

(tidak dilapis bubble wrap). Dan keluhan terkait paket diterima tapi tidak secara langsung dikarenakan paket itu sudah diantar ke alamat tujuan dan dititipkan orang serumah atau tetangga sebelah tetapi penerima belum mengeceknya.

Dalam hal ini, keluhan konsumen dapat mengurangi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sangat penting untuk keberlangsungan bisnis karena konsumen akan menggunakan layanan itu lagi apabila mereka puas dengan layanan pengiriman yang cepat dan akurat, serta menyarankan kepada orang lain. Menurut Harahap (2021) Kepuasan konsumen merupakan suatu kondisi psikologis yang timbul ketika konsumen melakukan evaluasi terhadap suatu produk/jasa dengan membandingkan antara harapan sebelumnya dan kinerja atau hasil nyata yang diterima. Jika konsumen puas dengan produk atau nilainya, mereka akan senang menggunakan jasa tersebut dalam jangka panjang (Qorika *et al.*, 2022).

Tingkat kepuasan konsumen dapat diukur dengan membandingkan setiap perilaku yang diinginkan dengan kualitas pelayanan yang diterima. Oleh karena itu kepuasan pelanggan sangat penting untuk perusahaan (Hasanah Riskiyatul *et al.*, 2024). Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain sistem pelacakan online yang secara langsung sangat penting bagi konsumen karena dapat memantau status pengiriman barang mereka. Ketepatan waktu pengiriman merupakan faktor utama karena untuk memenuhi ekspektasi konsumen apabila barang

tersebut tiba sesuai dengan estimasi waktu yang telah ditentukan maka konsumen akan merasa puas.

Berdasarkan hasil observasi awal, yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap konsumen pengguna jasa PT Pos Indonesia Kcp Jojogan, bahwa terdapat masalah yang ditemukan yaitu, terlambatnya update data status pengiriman, sehingga konsumen mengeluh bahwa informasi status pengiriman tidak diperbarui secara langsung, yang menimbulkan ketidakpastian tentang posisi dan perkembangan paket mereka. Hal ini dapat menurunkan kepuasan konsumen dan berdampak negatif terhadap reputasi perusahaan secara keseluruhan di tengah persaingan ketat dengan ekspedisi yang lain.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan dilakukan karena untuk memahami dan memanfaatkan terkait sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman ditengah persaingan yang semakin ketat. Dengan meneliti pengaruh kedua faktor ini terhadap kepuasan konsumen, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan strategi yang lebih optimal dalam meningkatkan daya saing bisnis, serta memperkuat posisi jasa pengiriman atau ekspedisi. Sehingga berdasarkan fakta, fenomena dan uraian latar belakang diatas, maka peneliti memilih untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “ **Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia Kcp Jojogan**”.

B. Identifikasi dan Cakupan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang terjadi, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Kurangnya pemahaman konsumen tentang penggunaan sistem pelacakan online, sehingga konsumen belum maksimal memanfaatkan fitur pelacakan untuk memonitor pengiriman barang mereka.
- b. Faktor keterlambatan pengiriman barang, dikarenakan saat volume pengiriman tinggi pada saat ada event-event tertentu dan kondisi cuaca buruk atau hal-hal yang lain.
- c. Persaingan dengan ekspedisi lain, yang mendorong PT Pos untuk meningkatkan layanan khususnya dalam hal sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman, guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Cakupan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan, penelitian ini menetapkan batasan masalah dan akan berfokus pada variabel sistem pelacakan online menurut Wati *et al.*, (2022) dan ketepatan waktu pengiriman menurut Firmansyah *et al.*, (2023) yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Sanuri *et al.*, (2024) dalam penggunaan layanan pengiriman barang. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini berfokus pada permasalahan diarah

pemasaran yang berkaitan dengan strategi perusahaan logistik dalam meningkatkan kepuasan konsumen yang menggunakan jasa pengiriman PT Pos Indonesia Kcp Jojogan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, dapat dirumuskan pokok masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah Sistem Pelacakan Online berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen PT Pos Indonesia Kcp Jojogan?
2. Apakah Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen PT Pos Indonesia Kcp Jojogan ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh sistem pelacakan online terhadap kepuasan konsumen PT Pos Indonesia Kcp Jojogan.
- b. Untuk mengetahui pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen PT Pos Indonesia Kcp Jojogan.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tentang sistem pelacakan online (*e-tracking*) dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen

dalam menggunakan jasa kirim PT Pos Indonesia Kcp Jojogan serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan sumber informasi tambahan untuk penelitian dimasa yang akan datang.

b. Manfaat Praktis

Mengoptimalkan pemahaman dan pengetahuan terkait layanan pengiriman, seberapa efektif sistem pelacakan (*e-tracking*) serta ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen, yang pada akhirnya mendorong keputusan konsumen untuk kembali menggunakan layanan tersebut.

1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi PT Pos Indonesia dalam merumuskan strategi perencanaan guna mengoptimalkan pemanfaatan layanan pelacakan, meningkatkan akurasi informasi yang diberikan, serta memperbaiki sistem operasional agar dapat meminimalkan keterlambatan pengiriman dan mempertahankan daya saing dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan perbandingan bagi penelitian selanjutnya, serta memperluas dan berkontribusi dalam pengembangan variabel yang telah ada melalui penambahan wawasan baru bagi pembaca lainnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR

A. Kajian Teori dan Deskripsi Teori

1. Sistem Pelacakan Online

a. Pengertian Sistem Pelacakan Online

Sistem pelacakan merupakan suatu mekanisme yang digunakan untuk memastikan bahwa setiap tahapan dalam proses operasional berjalan sesuai dengan yang direncanakan dengan demikian, informasi yang akurat dapat diperoleh (Siburian Resta *et al.*, 2024). Dengan adanya sistem pelacakan konsumen dapat mengawasi dan memastikan bahwa setiap proses berjalan sesuai dengan rencana, sehingga data yang dihasilkan akurat, jelas dan dapat diandalkan.

Menurut Wati *et al.* (2022) sistem pelacakan online adalah suatu sistem yang disediakan oleh perusahaan yang berfokus pada bisnis logistik untuk memudahkan konsumen mengetahui informasi barang mereka selama proses pengiriman dengan menulis atau memasukan nomor resi.

Dengan adanya sistem pelacakan online, konsumen dapat memeriksa dokumen atau barang dan dapat dipantau setiap waktu serta mengontrol proses barang yang dipesan secara real-time (Isnaini Aulia Lutha *et al.*, 2024). Serta transparansi dan kepercayaan antara perusahaan logistik dan pelanggan dapat terjaga, serta membantu mengurangi kekhawatiran konsumen terkait keterlambatan atau kehilangan barang.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa sistem pelacakan online merupakan sebuah sistem atau aplikasi yang berguna untuk memudahkan konsumen karena untuk memantau atau melacak suatu data atau barang yang dipesan secara langsung.

b. Indikator Sistem Pelacakan Online

Adapun Indikator sistem pelacakan online menurut Paramita & Nugroho (2014:102) yaitu sebagai berikut :

1. Keandalan/pemenuhan janji

Yaitu ketepatan hari pengiriman dokumen atau paket sesuai dengan janji yang diberikan saat pembayaran jasa dimulai

2. Desain website

Yaitu mencakup semua aspek pengalaman pelanggan menggunakan website, seperti informasi produk dan jasa

3. Privasi/keamanan

Yaitu keamanan paket atau dokumen dalam proses pengiriman dan privasi terhadap data informasi pribadi

4. Layanan pelanggan

Yaitu pelayanan yang responsif dan cerdas dalam merespon pertanyaan pelanggan secara cepat dan tepat

c. Manfaat Sistem Pelacakan Online

Berikut merupakan manfaat dengan adanya sistem pelacakan online yaitu sebagai berikut :

1. Kemudahan dalam melacak pengiriman, artinya para konsumen dapat melacak paket atau barang yang dipesan. Dengan cara mengakses website atau lewat aplikasi layanannya
2. Mengetahui keberadaan paket atau barang yang dipesan, artinya konsumen mengetahui posisi paket dan status pengirimannya
3. Memberikan keyakinan kepada konsumen, artinya dengan adanya sistem pelacakan online ini konsumen mengetahui informasi detail seperti status pengiriman, lokasi dan estimasi yang ditentukan

2. Ketepatan Waktu Pengiriman

a. Pengertian Ketepatan Waktu Pengiriman

Ketepatan waktu yaitu bahwa barang harus dikirim dan sampai pada tanggal yang telah dijadwalkan sebelumnya. Jika terjadi perbedaan antara hari dan tanggal yang telah dijadwalkan, maka konsumen akan mengeluh (Bahrin K. & Putra, 2023). Waktu pengiriman yaitu estimasi jangka waktu yang diperlukan saat proses pengiriman, mulai dari konsumen melakukan pemesanan hingga barang itu diterima sampai tujuan.

Ketepatan waktu yaitu estimasi jangka waktu yang diperlukan saat proses pengiriman, mulai dari konsumen melakukan pemesanan hingga barang itu diterima sampai tujuan, dalam kondisi baik dan dalam waktu yang ditentukan (Firmansyah *et al.*, 2023).

Ketepatan waktu pengiriman adalah kemampuan penyedia layanan untuk mengantarkan paket kepada penerima secara tepat waktu, meskipun

dalam jumlah pengiriman yang kecil (Eviani I. *et al.*, 2021). Ketepatan waktu pengiriman, yang berarti pengiriman yang datang tepat waktu ke konsumen dan kepastian bahwa barang yang dipesan akan tiba di alamat tujuan, hal ini sangat penting untuk mempertahankan kepercayaan dan loyalitas pelanggan (Taufiqul *et al.*, 2023).

Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa ketepatan waktu pengiriman adalah suatu kunci dalam memastikan kepercayaan konsumen bahwa barang yang dipesan bisa datang tepat waktu sesuai tanggal yang telah ditentukan.

b. Indikator Ketepatan Waktu Pengiriman

Menurut Hafizha *et al.*, (2019) Ketepatan waktu pengiriman dapat diukur dengan 4 indikator, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Estimasi waktu yang dijanjikan

Yaitu perkiraan waktu yang diperlukan untuk mengirim barang sampai ke konsumen dengan tepat.

2. Kesesuaian harga

Yaitu penilaian harga terhadap layanan yang diberikan kepada konsumen.

3. Ketepatan dalam mengirim barang

Yaitu kemampuan kurir dalam mengirimkan dokumen, barang ataupun pesannya secara tepat waktu.

4. Tanggung jawab

Yaitu sikap dan tindakan yang diambil apabila terjadi kesalahan dalam pengiriman, seperti keterlambatan atau kehilangan paket.

Adapun indikator yang digunakan untuk menilai Ketepatan waktu menurut Deviana & Desitama (2023:500) yaitu :

1. Mode Transportasi Yang Digunakan

Transportasi yang digunakan merujuk pada jenis kendaraan yang dimanfaatkan oleh pihak pengirim dalam mendistribusikan barang pesanan konsumen hingga sampai ke tangan penerima.

2. Estimasi Waktu Pengiriman Barang

Estimasi ini mengacu pada perkiraan waktu pengiriman barang yang dihitung berdasarkan kondisi dan kemungkinan kendala yang dapat terjadi selama proses pengantaran.

3. Jarak Tempuh Pengiriman

Jarak yang ditempuh dalam proses pengiriman merupakan salah satu faktor penentu efisiensi logistik. Jarak ini dihitung dari lokasi awal pengiriman menuju lokasi penerima, baik dalam satu wilayah maupun lintas wilayah administratif.

c. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Pengiriman

Berikut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi ketepatan waktu pengiriman yaitu sebagai berikut :

1. Alamat Tidak Lengkap

Kondisi ini terjadi ketika konsumen memberikan alamat pengiriman yang salah atau tidak lengkap, sehingga menyulitkan proses pengiriman barang. Untuk mencegah hal ini terjadi, bisnis online harus mengkonfirmasi ulang alamat konsumen dengan menulis ulang secara lengkap.

2. Peak Season

Yaitu waktu yang penuh dan banyak aktivitas (overload), saat pengiriman barang akan meningkat secara signifikan pada titik tertentu, seperti saat bulan Ramadhan, mendekati lebaran, dan ketika ada event. Karena meningkatnya jumlah barang yang harus dikirimkan, perusahaan jasa pengiriman sering kali tidak dapat memberikan kepastian mengenai waktu kedatangan barang yang dikirimkan kepada konsumen.

3. Ketidaksesuaian Nama Penerima

Terdapat kecenderungan beberapa konsumen menggunakan nama yang berbeda antara identitas tempat tinggal dan nama yang terdaftar saat melakukan pembelian melalui toko daring (online shop), yang dapat menimbulkan kebingungan dalam proses pengiriman, karena nama yang sebenarnya tidak dikenal oleh orang di sekitarnya.

3. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Secara umum, kepuasan konsumen merupakan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen setelah menilai sejauh mana hasil yang diperoleh sesuai atau menyimpang dari harapan yang telah dirumuskan sebelumnya. Menilai tingkat kepuasan konsumen serta berupaya meningkatkan ekspektasi mereka merupakan langkah penting untuk membentuk loyalitas konsumen. Ketika produk atau layanan yang diterima sesuai dengan harapan konsumen, maka kepuasan akan tercapai dan kecenderungan untuk tetap menggunakan layanan tersebut akan meningkat. Menurut Sanuri *et al.*, (2024) Kepuasan konsumen merupakan kondisi emosional, baik berupa rasa senang maupun kecewa, yang dirasakan oleh seseorang setelah membandingkan persepsi atau kesan terhadap kinerja suatu produk dengan harapan yang dimilikinya. Jika produk yang diperoleh memenuhi atau melampaui ekspektasi konsumen, hal tersebut akan menimbulkan perasaan puas dan menyenangkan bagi konsumen.

Kepuasan konsumen adalah respon atau tanggapan konsumen tentang pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan evaluasi karakteristik atau keunggulan suatu produk, jasa, atau produk itu sendiri, yang menghasilkan tingkat kepuasan konsumen yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen (Hasanah Riskiyatul *et al.*, 2024).

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen yaitu baik buruknya hasil yang di dapatkan serta terpenuhi atau tidaknya harapan konsumen. Karena memberikan kapuasan kepada konsumen menjadi sasaran utama yang diharapkan oleh setiap perusahaan. Dan memenuhi kepuasan konsumen merupakan faktor krusial bagi keberlangsungan perusahaan, karena dapat meningkatkan daya saing serta memperkuat posisi perusahaan di tengah persaingan pasar.

b. Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator kepuasan konsumen menurut (Sopi & Nafiah, 2023) adalah sebagai berikut :

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk, jasa dan pelayanannya), artinya ungkapan perasaan puas dari konsumen saat menerima pelayanan yang baik dan produk/jasa yang berkualitas, seperti tepat waktu dalam pengiriman.
2. Menggunakan kembali jasa itu, artinya konsumen akan kembali menggunakan dan mempertahankan penggunaan layanan tersebut jika kebutuhan dan harapan yang diinginkan telah tercapai, seperti keakuratan informasi dan pengiriman yang tepat waktu.
3. Merekomendasikan kepada orang lain, artinya konsumen yang mengalami kepuasan setelah menggunakan produk atau jasa cenderung membagikan pengalaman positif tersebut kepada orang lain, sehingga dapat menarik pelanggan baru bagi perusahaan.

4. Terpenuhinya harapan konsumen, artinya sesuai atau tidaknya harapan yang diinginkan konsumen setelah memakai jasa atau membeli produk, seperti keakuratan informasi dan ketepatan dalam mengirimkan suatu barang atau paket.

Adapun indikator yang digunakan untuk menilai Kepuasan Konsumen menurut Sudaryana (2020) yaitu :

1. Membeli lagi yaitu konsumen yang puas akan kembali menggunakan jasa pengiriman karena merasa layanan yang diberikan itu cepat sesuai yang diinginkan, aman dan terpercaya. Hal ini menunjukkan loyalitas untuk jangka panjang.
2. Mengatakan hal-hal yang baik dan merekomendasikan kepada orang lain yaitu konsumen yang merasa puas cenderung berbagi pengalaman positif kepada teman, keluarga atau media sosial. Dan rekomendasi ini dianggap lebih terpercaya daripada iklan karena berasal dari pengalaman pribadi.
3. Tidak tertarik pada ekspedisi lain yaitu konsumen tidak mudah berpaling ke ekspedisi lain meskipun ada penawaran atau iklan menarik, karena sudah nyaman dan percaya pada layanan yang digunakan.
4. Membeli layanan lain yaitu konsumen mencoba layanan lain dari perusahaan yang sama, seperti pengiriman express (same day), layanan logistik (dalam jumlah besar).
5. Memberi ide atau saran yaitu konsumen yang memperoleh kepuasan secara maksimal atas pelayanan yang diberikan, maka konsumen

berkontribusi dengan memberikan masukan atau ide untuk meningkatkan kualitas dan inovasi layanan.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Deviana & Desitama (2023:216) dalam menentukan kepuasan konsumen, terdapat beberapa faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas Produk, Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas tinggi.
2. Kualitas pelayanan, Konsumen akan merasa puas jika mereka mendapatkan layanan yang baik atau sesuai dengan harapan mereka, terutama dalam industri jasa pelanggan.
3. Emosional, Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum apabila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, Layanan pengiriman yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
5. Biaya, Para konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

B. Kajian Empiris

Kajian Empiris merupakan hasil penelitian, berupa observasi atau percobaan terdahulu yang mengemukakan beberapa konsep yang relevan terkait penelitian yang dilakukan. Berikut ini tabel yang menyajikan beberapa studi terdahulu yang menjadi dasar kajian dalam penelitian ini:

Tabel 2

Kajian Empiris

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
1	Maslikhan <i>et al.</i> , (2022) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma	Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus JNE Cabang Utama Malang)	Metode yang digunakan di penelitian ini yaitu metode kuantitatif	Secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara sistem pelacakan online dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara sistem pelacakan online terhadap kepuasan pelanggan, dan terdapat pengaruh signifikan antara ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan
	Perbedaan : Penelitian terdahulu objeknya JNE cabang Malang dengan variabel Y yaitu kepuasan pelanggan sedangkan penelitian ini di PT Pos Indonesia Cabang Singgahan dengan dengan variabel Y yaitu kepuasan konsumen.			

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
	Persamaan : Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel X1 sistem pelacakan online, X2 ketepatan waktu pengiriman dan metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif.			
2	Lutha <i>et al.</i> , (2024) Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma	Pengaruh Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Lowokwaru Kota Malang (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang)	Metode yang digunakan di penelitian ini yaitu metode kuantitatif	Terdapat pengaruh secara simultan antara sistem pelacakan online, ketepatan waktu dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh secara parsial antara sistem pelacakan online, ketepatan waktu dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan
	Perbedaan : Penelitian terdahulu objeknya J&T Express Malang, variabel bebasnya (X) ada 3, dan variabel terikatnya (Y) yaitu kepuasan pelanggan sedangkan penelitian ini di PT Pos Indonesia Cabang Singgahan, variabel bebasnya ada 2 dan variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen			
	Persamaan : Sama-sama menggunakan variabel X1 sistem pelacakan online, X2 ketepatan waktu dan metode yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif			
3	Akbar Maula Fachreza <i>et al.</i> , (2022) Program Studi Manajemen,	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Pengiriman	Metode yang digunakan di penelitian	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, berpengaruh

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan Tasikmalaya	Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pada Konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Indihiang)	ini yaitu metode kuantitatif	positif antara ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen
	Perbedaan : Penelitian terdahulu objeknya di Kantor Pos Cabang Indihiang dengan variabel X1 yaitu Kualitas pelayanan sedangkan penelitian ini di Kantor Pos Cabang Singgahan dengan variabel X1 yaitu Sistem pelacakan online			
	Persamaan : Sama-sama meneliti tentang ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan konsumen dan menggunakan metode kuantitatif			
4	Sanuri <i>et al.</i> , (2024) Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Batam, Indonesia	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Batam	Metode yang digunakan di penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan metode survei	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan, Harga dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Konsumen di Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Batam

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian
	Perbedaan : Penelitian terdahulu objeknya Kantor Pos kota Batam dengan variabel X1 yaitu Kualitas pelayanan, X2 yaitu Harga, sedangkan penelitian ini di Kantor Pos Cabang Singgahan dengan variabel X1 yaitu Sistem pelacakan online, X2 yaitu Ketepatan waktu pengiriman.			
	Persamaan : Sama-sama membahas peran ketepatan waktu pengiriman dalam menentukan kepuasan konsumen			
5	Eviani & Rachmat Hidayat (2021) Program Studi Manajemen Logistik, Fakultas Ilmu Sosial dan Manajemen, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami	Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi)	Metode yang digunakan di penelitian ini yaitu metode kuantitatif	Secara Parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Sistem pelacakan online dan Ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan. Dan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan antara Sistem pelacakan online dan Ketepatan waktu pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan
	Perbedaan : Penelitian terdahulu objeknya di J&T Express Kota Baru Bekasi dengan variabel Y yaitu kepuasan pelanggan sedangkan penelitian ini di PT Pos Indonesia Cabang Singgahan dengan dengan variabel Y yaitu kepuasan konsumen.			
	Persamaan : Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel X1 sistem pelacakan online, X2 ketepatan waktu pengiriman dan metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif.			

(Sumber : Data diolah Peneliti, 2025)

Berdasarkan kajian dari berbagai penelitian terdahulu diatas dapat disimpulkan, bahwa sistem pelacakan online, ketepatan waktu pengiriman, serta fator tambahan lain seperti kualitas layanan, harga dan keamanan secara umum memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian terdahulu yaitu metode kuantitatif. Penelitian diatas menunjukkan bahwa sistem pelacakan online yang akurat dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Ketepatan waktu pengiriman yang tepat dan sesuai juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Beberapa penelitian menggabungkan faktor tambahan seperti kualitas pelayanan, harga dan keamanan sebagai variabel pendukung. Keterbatasan yang umum ditemukan diberbagai studi adalah perbedaan dalam obyek atau lokasi penelitian dan tahun penelitian.

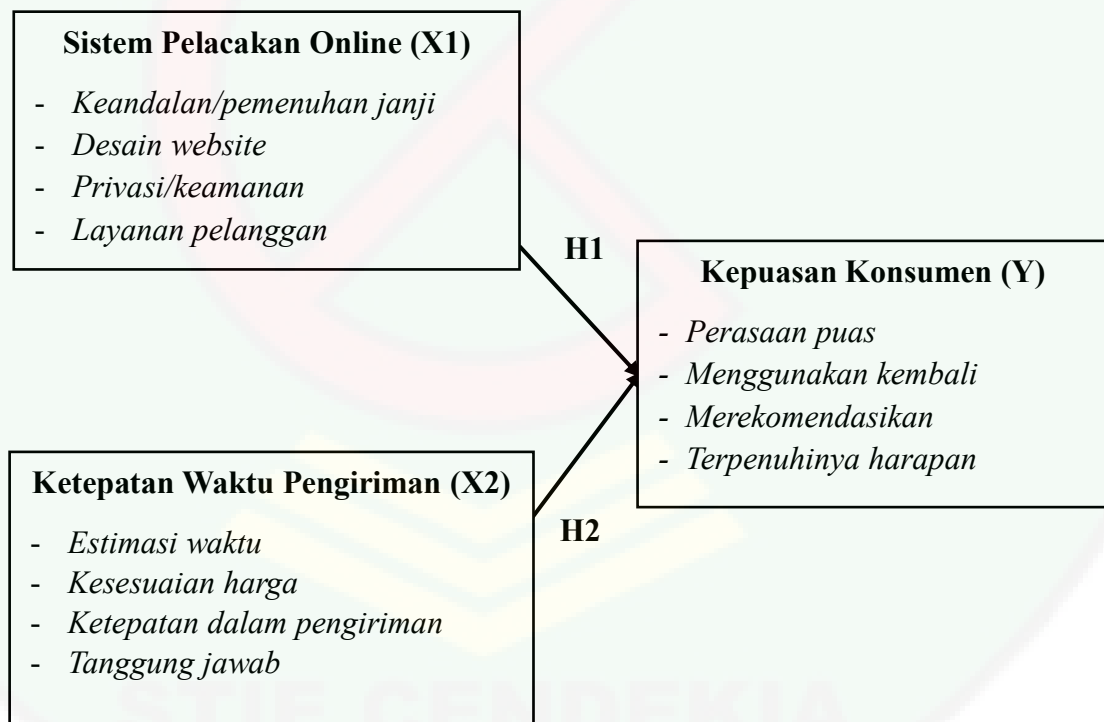
Hal tersebut menggambarkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan konsumen, perusahaan perlu memberika rasa aman dan kepercayaan, konsumen dapat memantau status pesanan secara real-time dan memastikan bahwa barang di kirim sesuai jadwal, sehingga menciptakan pengalaman belanja yang lebih positif dan percaya.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah di identifikasikan sebagai masalah yang penting (Sugiyono 2021:95). Hubungan antara sistem pelacakan online dengan kepuasan konsumen yaitu sangat penting dalam dunia bisnis seperti pengiriman barang, karena konsumen bisa memantau

status pengiriman secara real-time atau langsung, yang memberikan rasa aman, transparansi, dan kontrol sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Begitupun dengan ketepatan waktu pengiriman, hubungan antara ketepatan waktu pengiriman dengan kepuasan konsumen yaitu sangat erat, karena pengiriman yang tepat waktu dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan pada teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini dengan penjelasan dan gambaran sebagai berikut :



Gambar 3

Kerangka Berpikir

—————→ : Secara Parsial

Penelitian ini difokuskan pada dua faktor yang diduga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia KCP Jojogan, yaitu sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman. Sistem pelacakan online dijadikan sebagai variabel independen pertama (X_1), ketepatan waktu pengiriman sebagai variabel independen kedua (X_2), sedangkan kepuasan konsumen berperan sebagai variabel dependen (Y).

1. Pengaruh Variabel Sistem Pelacakan Online terhadap Kepuasan Konsumen

Sistem pelacakan online merupakan sebuah sistem yang disediakan oleh perusahaan karena untuk memudahkan konsumen mengetahui informasi barang yang dipesan selama proses pengiriman menurut Santoso (2021), menyatakan bahwa sistem pelacakan online berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Apabila sistem pelacakan online meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Sistem pelacakan online ini sangat berperan dalam kepuasan konsumen pengguna jasa ekspedisi atau pengiriman. Dikarenakan sistem pelacakan ini berfungsi untuk mengetahui status dan keberadaan paket yang sedang dalam proses pengiriman.

2. Pengaruh Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Sanuri *et al.* (2024) ketepatan waktu pengiriman merupakan waktu konsumen melakukan order atas barang atau jasa dan sampai pada waktu yang telah ditetapkan. Ketika konsumen melakukan pemesanan, mereka memiliki ekspektasi bahwa barang akan sampai dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Apabila barang diterima sesuai jadwal, maka konsumen cenderung merasa puas karena kebutuhan mereka terpenuhi tepat waktu. Jadi ketepatan waktu pengiriman memiliki dampak yang positif. Jika terjadi kenaikan pada nilai ketepatan waktu maka konsumen akan meningkat.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian yang disajikan dalam bentuk pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori-teori yang relevan, belum didukung oleh data empiris yang diperoleh melalui proses pengumpulan data.

H1 : Sistem Pelacakan Online berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen PT Pos Indonesia Kcp Jojogan.

H2 : Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen PT Pos Indonesia Kcp Jojogan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode dan Teknik Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian asosiatif kausal. Menurut Sugiyono (2021:65) metode penelitian asosiatif kausal digunakan untuk mengetahui serta menganalisis hubungan sebab-akibat yang terjadi antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini melibatkan variabel independen sebagai variabel yang mempengaruhi, dan variabel dependen sebagai variabel yang dipengaruhi. Asosiatif kausal dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan sebab akibat antar variabel, yaitu variabel independen Sistem Pelacakan Online (X1), variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) dan variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021:16) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, kemudian data tersebut dianalisis secara kuantitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah jenis data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berupa angka-angka (Sugiyono, 2021:16). Data kuantitatif dalam penelitian ini diperoleh dari skor kuesioner yang telah diisi oleh responden, yaitu konsumen PT Pos Indonesia Kcp Jojogan.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengumpulan data berdasarkan sumbernya. Adapun sumber data dalam penelitian ini yaitu menggunakan Data Primer dan Data Sekunder :

- a) Data primer, yaitu data yang dikumpulkan atau diperoleh secara langsung oleh peneliti. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui pengisian kuesioner langsung oleh konsumen yang menggunakan jasa layanan pengiriman PT Pos Indonesia Kcp Jojogan secara offline. Data ini digunakan untuk mengukur variabel-variabel penelitian sesuai dengan indikator yang telah ditentukan sebelumnya.
- b) Data sekunder, merupakan data yang diperoleh tidak secara langsung oleh peneliti, melainkan melalui sumber yang sudah ada sebelumnya, seperti melalui jurnal – jurnal ataupun buku (Sugiyono 2021 : 296), serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang diteliti sumber-sumber

tersebut diakses melalui media online (internet) guna mendukung dan memperkuat landasan teori serta pembahasan dalam penelitian ini.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah wilayah keseluruhan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik dan jumlah tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2021:126).

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa layanan pengiriman di PT Pos Indonesia Kcp Jojogan. Dilihat dari data pengiriman PT Pos Indonesia Kcp Jojogan, jumlah total yang di dapat pada tahun 2024 sebanyak 2.116, kemudian di ambil rata-rata perbulan konsumen yang melakukan pengiriman yaitu sebanyak 176. Maka populasi pada penelitian ini adalah 176.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili jumlah dan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2021:127). Apabila jumlah populasi besar, maka peneliti tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh anggota populasi tersebut secara menyeluruh, karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dan dana. Maka

dari itu, peneliti dapat mengumpulkan sebagian dari populasi dalam bentuk sampel guna memperoleh data yang mewakili keseluruhan populasi tersebut. Kriteria sampel pada penelitian ini yaitu konsumen yang mengetahui atau pernah mengakses sistem palacak PT Pos Indonesia, melakukan pengiriman dan menggunakan jasa kirim minimal 2 kali di PT Pos Indonesia Kcp Jojogan.

Dalam penelitian ini, jumlah sampel dihitung menggunakan rumus slovin, dimana di dalam buku metodologi penelitian kita boleh mengambil tingkat kesalahan antara 1%, 5% dan 10% menurut (Sujarweni, 2018:111). Dan peneliti mengambil tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10% karena mempertimbangkan efisiensi waktu, tenaga dan biaya. Hal tersebut merupakan cara yang realistis atau solusi untuk mendapatkan informasi yang cukup baik tanpa membutuhkan sampel yang sangat besar.

Dalam penelitian Paa, Sinay dan Jentje (2022) juga mengambil batas error 10% karena dianggap sebagai tingkat kesalahan yang masih dapat diterima untuk mendapatkan hasil yang cukup akurat dan dapat diandalkan, serta memungkinkan penelitian dilakukan dengan efisien tanpa memerlukan sumber daya yang berlebihan. Dan diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Deviana & Desitama (2023) juga mengambil batas error 10% karena, untuk memberikan toleransi yang cukup dalam pengambilan sampel, sehingga dapat

mengurangi kemungkinan kesalahan yang signifikan dan tetap mempertahankan keakuratan data dalam penelitian.

Berdasarkan sampel yang diambil, maka peneliti melakukan perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin* menurut (Deviana & Desitama, 2023:502) yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot (e)^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi (176)

e : Batas toleransi kesalahan (error tolerance) 10 % atau (e = 0,1)

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot (e)^2}$$

$$n = \frac{176}{1 + 176 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{176}{1 + 1,76}$$

$$n = \frac{176}{2,76}$$

$$n = 63,768 \text{ dibulatkan menjadi } 64$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 64 responden yang merupakan pengguna jasa pengiriman PT Pos Indonesia KCP Jojogan.

3. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2021:128) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2021:131) *non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel, karena lebih mengandalkan pertimbangan atau faktor-faktor tertentu dalam pemilihan sampel.

Jenis sampling yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2021:133) *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti, yaitu konsumen yang mengetahui atau pernah mengakses sistem palacak PT Kcp Jojogan, melakukan pengiriman dan menggunakan jasa kirim minimal 2 kali. Apabila konsumen memenuhi kriteria tersebut maka dapat digunakan sebagai sampel.

D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau prosedur yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang akan dijadikan se-

bagai sumber informasi, keterangan, dan bahan pendukung dalam pelaksanaan penelitian ini. Metode dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner (Angket).

Menurut Sugiyono (2021:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Pengumpulan dengan melakukan pemberian kuesioner kepada responden diharapkan dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan relevan dan akurat dengan permasalahan yang ada. Cara tersebut dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada para responden yang telah ditentukan.

Dalam proses pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner (angket), peneliti akan menyebarkan kuesioner secara langsung (offline) kepada konsumen yang menggunakan jasa pengiriman di PT Pos Indonesia Kcp Jojogan.

Skala yang digunakan dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini adalah skala Likert. Skala likert merupakan skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi individu terhadap suatu objek atau fenomena tertentu (Sugiyono, 2021:146). Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data kuantitatif yang mengukur besarnya pengaruh variabel Sistem Pelacakan Online (X_1) dan Ketepatan Waktu Pengiriman (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Pengukuran menggunakan skala likert dilakukan dengan pembagian kategori sebagai berikut :

Tabel 3**Pemberian skor untuk jawaban kuesioner**

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber : Sugiyono (2021 : 147)

E. Definisi Operasional

Cara mengukur variabel dilakukan dengan menguraikan ide atau konsep abstrak menjadi indikator-indikator yang berupa sikap dan karakteristik yang dapat diamati dan diukur secara objektif. Dalam penelitian ini menggunakan 2 jenis variabel bebas (independen) yaitu sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman, dan variabel terikat (dependen) yaitu kepuasan konsumen. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat, baik secara positif maupun negatif. Sementara itu, variabel terikat adalah variabel utama yang menjadi fokus utama dalam penelitian.

Tabel 4
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item Pernyataan
Sistem Pelacakan Online (X1)	Sistem pelacakan online (e-tracking) adalah suatu sistem yang disediakan oleh perusahaan yang berfokus pada bisnis logistik untuk memudahkan konsumen mengetahui informasi barang mereka selama proses pengiriman dengan menulis atau memasukkan nomor resi (Wati <i>et al.</i> , 2022)	1. Keandalan/pemenuhan janji 2. Desain website 3. Privasi/keamanan 4. Layanan pelanggan (Paramita & Nugroho, 2014)	(1 , 2) (3 , 4) (5 , 6) (7 , 8)
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	Ketepatan waktu pengiriman adalah kemampuan penyedia jasa dalam mengantarkan paket kepada penerima tepat sesuai jadwal, terutama untuk pengiriman dengan volume kecil (Eviani I. <i>et al.</i> , 2021)	1. Estimasi waktu yang dijanjikan 2. Kesesuaian harga 3. Ketepatan dalam mengirim barang 4. Tanggung jawab (Hafizha <i>et al.</i> , 2019)	(9 , 10) (11 , 12) (13 , 14) (15 , 16)

Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen merupakan kondisi emosional, baik berupa rasa senang maupun kecewa, yang dirasakan oleh seseorang setelah membandingkan persepsi atau kesan terhadap kinerja suatu produk dengan harapan yang dimilikinya (Sanuri <i>et al.</i> , 2024)	1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk, jasa dan pelayanannya)	(17 , 18)
		2. Menggunakan kembali jasa itu	(19 , 20)
		3. Merekomendasikan kepada orang lain	(21 , 22)
		4. Terpenuhinya harapan konsumen (Sopi & Nafiah, 2023)	(23 , 24)

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

F. Metode dan Teknik Analisis Data

Metode analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul (Sugiyono, 2021:206). Analisis data yang dilakukan yaitu analisis kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka. Data yang diperoleh akan disajikan dalam bentuk tabel karena untuk mempermudah dalam menganalisis dan memahami data tersebut sehingga data yang disajikan lebih sistematis. Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan di analisis menggunakan alat statistik yaitu SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 26.

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas yaitu digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan

pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2021:66). Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan degree of freedom (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Dengan kriteria pengujian uji validitas adalah sebagai berikut :

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan dinyatakan valid
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan dinyatakan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan instrumen yang digunakan untuk menilai konsistensi suatu kuesioner sebagai indikator dari variabel atau konstruk yang diteliti. Selain itu, uji ini berfungsi untuk mengevaluasi tingkat keandalan data yang dikumpulkan dalam periode waktu tertentu, guna mengetahui sejauh mana instrumen pengukuran tersebut dapat dipercaya. Pelaksanaan uji reliabilitas dilakukan dengan metode *One Shot*, yaitu pengukuran dilakukan sekali saja, kemudian hasilnya dianalisis dengan membandingkan antar pertanyaan atau melalui korelasi antar respons terhadap pertanyaan yang ada (Ghozali, 2021:61).

Teknik yang digunakan yaitu *Crombach Alpha* (α) yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,70$ dengan kriteria pengambilan keputusan menurut Ghozali, (2021:62) yaitu jika koefisien *Crombach Alpha* $> 0,70$ maka variabel dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien *Crombach Alpha* $< 0,70$ maka variabel dinyatakan tidak reliabel. Untuk mempermudah proses perhitungan dalam

uji reliabilitas, digunakan bantuan perangkat lunak komputer berupa program SPSS versi 26.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki hubungan yang sesuai antara variabel independen dan variabel dependen. Sebelum melakukan pengujian hipotesis dalam penelitian ini, uji asumsi klasik perlu dilakukan terlebih dahulu. Beberapa uji asumsi klasik yang umum digunakan antara lain :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen, variabel dependen, atau keduanya memiliki distribusi normal, serta memastikan bahwa variabel pengganggu atau residual juga mengikuti distribusi normal. (Ghozali, 2021:196). Model regresi yang memenuhi kriteria baik adalah model dengan distribusi residual yang bersifat normal atau hampir normal. Salah satu metode untuk menguji normalitas distribusi residual adalah dengan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov – Smirnov* (K-S) test. Teknik *Kolmogorov – Smirnov* memiliki kriteria jika signifikan dibawah 0,05 maka data tidak berdistribusi normal, dan sebaliknya jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang signifikan antar variabel bebas (independen) dalam model regresi (Ghozali, 2021:157). Model regresi yang baik sebaiknya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi keberadaan multikolinearitas dalam model regresi, dapat dilakukan dengan mengamati besaran nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan juga nilai *Tolerance*. Nilai cut-off yang umum digunakan untuk menentukan keberadaan multikolinearitas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 dan nilai *tolerance* $< 0,1$ maka dapat dikatakan terjadi multikolinieritas
2. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021:178) Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mendeteksi apakah varians residual tidak konstan pada berbagai pengamatan dalam model regresi. Apabila varians residual antar pengamatan bersifat tetap, maka heteroskedastisitas tidak terjadi. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data crossection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen)

yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized. Dasar analisisnya adalah :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

Untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan, diperlukan metode pengujian yang sesuai. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan secara parsial melalui uji T (t-test). Adapun penjelasan mengenai pengujian tersebut disajikan sebagai berikut :

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen (Hafizha *et al.*, 2019). Maka model regresi linier berganda ini memakai program SPSS yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Variabel Dependen (Kepuasan Konsumen)

X1 = Variabel Independen (Sistem Pelacakan Online)

X2 = Variabel Independen (Ketepatan Waktu Pengiriman)

a = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

e = Nilai eror

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji Parsial (T) yaitu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan pengaruh masing-masing variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat), dengan menggunakan taraf signifikansi sebesar 5%, berarti terdapat tingkat keyakinan sebesar 95% terhadap kebenaran hasil penarikan kesimpulan, serta toleransi kesalahan sebesar 5%. Jika nilai probabilitas (p-value) dari uji t kurang dari 0,05, maka variabel independen tersebut dinyatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Sujarweni, 2018:141).

Adapun kriteria dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a) Jika nilai t hitung > t tabel dan nilai sig < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b) Jika nilai t hitung $< t$ tabel dan nilai $\text{sig} > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2021:147) Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya digunakan untuk mengukur sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel dependen. Nilai adjusted R^2 berada pada rentang antara 0 hingga 1. Suatu model dikatakan memiliki kelayakan (*goodness of fit*) yang lebih baik apabila nilai *adjusted R^2* mendekati angka 1. Sebaliknya, semakin rendah nilai *adjusted R^2* , maka semakin terbatas pula kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar Maula Fachreza, Ari Arisman, & Barin Barlian. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pada Konsumen PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Cabang Indihiang). *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(4), 449–454. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i4.151>
- Aliftian Nantigiri, M. H., Handayani, S., & Veronica, V. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Bekasi Tahun 2021. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 7(2), 181–192. <http://dx.doi.org/10.54324/j.mbt1.v7i2.660>
- Bahrin, & K. Putra, K. G. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Pos Indonesia (Persero) Di Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 4(1), 44–51. <https://doi.org/10.61567/jmmib.v4i1.156>
- Clarisa, D., Maldun, S., & Juharni, J. (2023). Strategi Pelayanan Jasa Pengiriman PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kota Makassar. *Publician: Journal of Public Service, Public Policy, and Administrastion*, 2(2), 75–84. <https://doi.org/10.56326/jp.v2i2.2388>
- 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. *YUME : Journal of Management*, 6(2), 496–514. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/4301>
- Eviani I., & Hidayat, & Y.R. (2021). Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 11–19. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>
- Firmansyah, M. A., Hariasih, M., & Indayani, L. (2023). Peran Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Dan Harga Terhadap KepuasanPelanggan Pada Perusahaan Jet & Tony Express (J&T) Di Wilayah Jawa Timur. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9359–9372. <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/2993>

- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Hafizha, S., & Nuryani, H. S (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.266>. <https://www.neliti.com/publications/407331/pengaruh-kualitas-pelayanan-ketepatan-waktu-tarif-pengiriman-dan-fasilitas-terha>
- Harahap, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Medan. *Jurnal Visi Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 54(4), 337–348. <https://stieibmi.ac.id/ojs/ojsibmi/index.php/JIBMI/article/view/111>
- Hasanah Riskiyatul, Hermawan, D. J., & Priantono, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan dan Harga Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen PT.Pos Indonesia (PERSERO) Pada Kota Probolinggo. *Journal Management, Accounting, and Digital Business*, 2(6), 781–790. <https://doi.org/10.51747/jumad.v2i6.2099>
- Isnaini Aulia Lutha, Nurhajati, & Wahono, B. (2024). Pengaruh Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Lowokwaru Kota Malang (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(1), 115–124. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/23794>
- Juniariska, S., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS INDONESIA (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. POS INDONESIA Cabang Gempol). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(12), 143–156. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/6890>
- Maslikhan, M., Basalamah, M. R., & Athia, I. (2022). Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus JNE Cabang Utama Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(15), 12–21. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/15668>
- Mochamad Rafli. (2024). Retrieved from Top Brand Index 2024 Kategori Jasa Kurir: <https://data.goodstats.id/statistic/jt-express-jadi-jasa-kurir-terbaik-2024-indeksnya-mencapai-5090-NIvO8>

- Paa, A. B., Sinay, P., & Jantje, H. J. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Pos Indonesia. *Attractive: Innovative Education Journal*, 4(3), 427-445. <https://attractivejournal.com/index.php/aj/article/view/516>
- Paramita, C., & Nugroho, S. S. (2014). Pengaruh kualitas layanan pada kepuasan dan loyalitas konsumen pembelian daring (keterlibatan produk sebagai pemoderasi). *Jurnal Siasat Bisnis*, 18(1), 100–117. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol18.iss1.art8>
- Primadi, A., Tohir, M., & Haryanto, M. R. (2024). Analisis Akurasi Pelacakan, Kecepatan Pengiriman dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Pendidikan Siber Nusantara*, 2(2), 81–89. <https://doi.org/10.38035/jpsn.v2i2.221>
- PT. Pos Indonesia, "Sejarah PT Pos Indonesia". Diakses pada 1 Juni 2024 jam 14:00 WIB. <https://www.posindonesia.co.id/id>
- Qorika, E., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Pospay PT. Pos Indonesia Cabang Magetan). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 4, September 2022*. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3351>
- Rohman S., Abdul, & W., F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Logistik Indonesia*, 5(1), 73–85. <https://doi.org/10.31334/logistik.v5i1.1188>
- Roma Seharti S. Sumbayak, A. H. (2024). Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan. *UJurnal Kajian Ilmiah Interdisipliner*, 8(6), 974–978. <https://sejurnal.com/pub/index.php/jkii/article/view/2649>
- Santoso, A. K., Arifin, R., & Rahman, F. (2021). Pengaruh web trace and tracking, logistic service quality dan penanganan komplain terhadap kepuasan Konsumen (studi kasus pada layanan JNE Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(05). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/10327>
- Sanuri, R., Satriawan, B., & Sarmini. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Batam. *Zona Manajerial: Program Studi Manajemen (S1) Universitas Batam*, 14(2), 73–81. <https://doi.org/10.37776/zonamanajer.v14i2.1554>

- Siburian Resta, Manurung, H., & Simanjutak, N. (2024). Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Kantor Cabang Balige. *Ecojurnal- Jurnal Ekonomi & Manajemen*, 3(2), 294–301. <https://www.ecojurnal.usxiitapanuli.ac.id/index.php/ej/article/view/100>
- Sudaryana, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal of Management Review*, 4(1), 447-455. <https://jurnal.unigal.ac.id/managementreview/article/view/2954>
- Sugiyono. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sopi, S., & Nafiah, Z. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Pengiriman Barang. *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)*, 15(2), 207–218. <https://doi.org/10.33747/stiesmg.v15i2.630>
- Sujarweni V. Wiratna. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Taufiqul, H., Nuringwahyu, S., & Chanafi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan J&T Grati Pasuruan). *JIAGABI - Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 14(3), 85–92. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/21793>
- Veronica, S. A. Silalahi, N. Irenita, S. W. P. (2025). Analisis Tingkat Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Perusahaan Jasa Kurir Pt. X Di Jakarta Utara Dengan Metode Csi Dan Ipa. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 15(1), 178–190. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v15i1.1403>
- Wati, W. R., Arifin, R., & Suharto, M. K. A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan E-Tracking, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga, Dan Fasilitas Web Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Tengah Wabah Covid 19 (Studi Kasus Pada Pengguna J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(10), 67–79. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/15515>
- Buku pedoman penulisan skripsi STIE Cendekia Bojonegoro tahun 2025

*Lampiran 1. Lembar Kuesioner Penelitian***LEMBAR KUESIONER****PENGARUH SISTEM PELACAKAN ONLINE DAN KETEPATAN WAKTU****PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT POS****INDONESIA KCP JOJOGAN**

Kepada Yth. :

Bapak/Ibu/Sdr/i

Pengguna Jasa Kirim PT Pos Indonesia Kcp Jojogan

Perkenalkan Saya Errika Anggun Febyana, Mahasiswa Jurusan Manajemen STIE Cendekia Bojonegoro Angkatan 2021. Pada tahun 2025 ini saya sedang melakukan penelitian sebagai salah satu syarat penyelesaian tugas akhir Skripsi. Saya memohon bantuan saudara untuk menjawab pernyataan pada lembar kuesioner mengenai “ **Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia Kcp Jojogan** ”. Seluruh data dan informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian akademik. Atas partisipasi dan waktunya saya ucapkan terimakasih.

1. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Alamat :

Sudah berapa kali menggunakan jasa pengiriman PT Pos Indonesia Cabang Singgahan?

☐ 2 kali

☐ 5 kali

☐ 10 kali

☐ Lebih dari 10 kali

2. Petunjuk

Pilihlah salah satu jawaban dari pernyataan dibawah ini dengan memberi ☒ pada masing-masing jawaban yang disediakan. Berikut jawaban yang disediakan adalah :

STS (1) : Sangat Tidak Setuju

TS (2) : Tidak Setuju

N (3) : Netral

S (4) : Setuju

SS (5) : Sangat Setuju

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
A. Sistem Pelacakan Online (X1)						
Keandalan / Pemenuhan Janji						
1.	Layanan <i>e-tracking</i> Pos Indonesia dapat diandalkan dan memudahkan dalam melacak keberadaan barang.					
2.	Layanan <i>e-tracking</i> Pos Indonesia memberikan informasi yang akurat dan lengkap					
Desain Website						
3.	Penyajian tampilan <i>website/aplikasi</i> yang disediakan menarik dan mudah untuk digunakan.					
4.	Tampilan <i>website/aplikasi</i> Pos Indonesia dianggap tepat dan tidak terlalu banyak menghabiskan paket data internet.					
Privasi / Keamanan						
5.	<i>Website/aplikasi</i> Pos Indonesia memiliki sistem keamanan yang baik.					
6.	<i>Website/aplikasi</i> Pos Indonesia memberikan perlindungan terhadap informasi pribadi saya					

Layanan Pelanggan					
7.	Customer service memberikan jawaban atas pertanyaan konsumen secara cepat dan akurat.				
8.	Pihak Pos Indonesia menyediakan layanan kepada pelanggan melalui telepon.				
B. Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)					
Estimasi Waktu Yang Dijanjikan					
9.	Estimasi waktu yang dijanjikan PT Pos Indonesia sesuai dengan harapan saya.				
10.	Barang dikirimkan lebih cepat dari estimasi waktu yang dijanjikan.				
Kesesuaian Harga					
11.	Harga pengiriman barang berbeda-beda sesuai dengan jenis jasa kirim yang ditawarkan.				
12.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan ketepatan waktu pengiriman.				
Ketepatan Dalam Pengiriman Barang					
13.	Petugas kurir Pos Indonesia mengantarkan barang tepat waktu.				
14.	Barang yang dikirimkan sesuai dan tidak pernah terjadi kesalahan dalam pengiriman.				
Tanggung Jawab					
15.	Pihak Pos Indonesia memberikan solusi yang tepat untuk barang-barang yang memiliki kendala pengiriman.				
16.	Pihak Pos Indonesia cepat tanggap dalam mengatasi masalah barang yang terlambat, hilang dan rusak selama proses pengiriman.				
C. Kepuasan Konsumen (Y)					
Perasaan Puas					
17.	Saya merasa puas dengan waktu pengiriman yang cepat dari Pos Indonesia.				

18.	Pelayanan yang saya terima dari Pos Indonesia sangat memuaskan.					
Menggunakan Kembali Jasa Itu						
19.	Ekspedisi Pos Indonesia menjadi pilihan utama saya dalam melakukan pengiriman barang.					
20.	Saya akan menggunakan kembali jasa layanan pengiriman Pos Indonesia di masa mendatang.					
Merekomendasikan Kepada Orang Lain						
21.	Saya akan merekomendasikan jasa pengiriman PT Pos Indonesia kepada keluarga atau teman.					
22.	Saya akan menyarankan Pos Indonesia kepada siapa pun yang membutuhkan jasa pengiriman.					
Terpenuhinya Harapan Konsumen						
23.	Pelayanan yang diberikan PT Pos Indonesia Cabang Singgahan sangat memuaskan.					
24.	PT Pos Indonesia Cabang Singgahan mampu memenuhi kebutuhan saya dalam hal pengiriman barang dengan baik.					

Lampiran 2. Data Responden

**Tabulasi Data Umum 64 Responden Yang Digunakan Dalam Penelitian
Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman
Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia Kcp Jojogan**

NO	NAMA	USIA	JENIS KELAMIN	ALAMAT	FREKUENSI PENGIRIMAN
1	Susi A.	4	2	1	4
2	Rizky	2	1	1	2
3	Krisdi	2	2	1	1
4	Darsuki	5	1	1	1
5	Isti D. N.	5	2	1	1
6	Surati	5	2	1	2
7	Puji A.	4	2	1	1
8	Riky W. F.	1	1	1	1
9	Riyadi	5	1	1	1
10	Anwar	5	1	1	3
11	Bang Joe	3	1	2	1
12	Hendra F.A	4	1	2	2
13	Dewi M.A	2	2	2	2
14	Nur Alifa	4	2	2	3
15	Yusron	3	1	2	4

16	Fita W.T	4	2	3	2
17	Naila	4	2	3	2
18	Saqira	3	2	3	2
19	Wahyu	2	1	3	2
20	Amalia	2	2	3	2
21	Dewi S. W.	2	2	3	2
22	Dwi A. A.	2	2	3	3
23	Linda D. N.	2	2	3	4
24	Warsin	5	1	4	2
25	Arum W.	5	2	4	4
26	Eni Fitria	3	2	4	4
27	Abdul K.	2	1	4	4
28	Junaedi	4	1	5	1
29	Nur Aini	3	2	5	1
30	Ani A. D.	2	2	5	1
31	M. Ya'qub	4	1	5	2
32	Kanya A.	3	2	5	4
33	Jasmi	4	2	6	2
34	Uti Fitri	4	2	6	4
35	Lina M.	4	2	6	4
36	Ahmad A.	2	1	6	4
37	Suyekno	3	1	7	1

38	Ulfa	2	2	7	1
39	Nanik	4	2	7	2
40	Ahmad A.	3	1	7	2
41	Topan A.	2	1	8	2
42	Erni	3	2	8	2
43	Endang S. R.	4	2	8	2
44	Dwi R. M.	3	2	8	4
45	Narti	3	2	9	2
46	Siti L. H.	2	2	9	2
47	Ahmad F. S.	2	1	9	2
48	Wulan	4	2	9	3
49	Yulia N. A.	5	2	9	3
50	Endang S.	2	2	10	1
51	Eka Viani	2	2	10	1
52	Regitha A.	2	2	10	2
53	Sruin	3	2	10	4
54	Sutrisno	2	1	10	4
55	Sri H.	4	2	10	4
56	Mada R.	2	2	10	4
57	Nissa	3	2	11	1
58	Khafid	4	1	11	2
59	Susiati	3	2	11	2

60	Anisa N.	4	2	11	4
61	Aris S.	4	1	12	2
62	Puji W. P.	4	2	12	2
63	Adit Z.	3	1	12	2
64	Valen E. A.	3	2	12	4

Keterangan :

1. Usia
 - : Jumlah Responden : 64 Orang (100%)
 - : < 20 Tahun : 1 Orang (1,56%)
 - : 20 - 25 Tahun : 20 Orang (31,25%)
 - : 26 - 30 Tahun : 16 Orang (25%)
 - : 31 - 35 Tahun : 19 Orang (29,69%)
 - : > 35 Tahun : 8 Orang (12,50%)
2. Jenis Kelamin
 - : Jumlah Responden : 64 Orang (100%)
 - : 1. Laki-laki (L) : 22 Orang (34,37%)
 - : 2. Perempuan (P) : 42 Orang (65,63%)
3. Alamat
 - : Jumlah Responden : 64 Orang (100%)
 - : 1. Mulyoagung : 10 Orang (15,63%)
 - : 2. Lajo Lor : 5 Orang (7,81%)
 - : 3. Lajo Kidul : 8 Orang (12,50%)
 - : 4. Tanggir : 4 Orang (6,25%)
 - : 5. Mergosari : 5 Orang (7,81%)
 - : 6. Tanjungrejo : 4 Orang (6,25%)
 - : 7. Binangun : 4 Orang (6,25%)
 - : 8. Saringembat : 4 Orang (6,25%)

	: 9. Kedungjambe	: 5 Orang (7,81%)
	: 10. Tunggulrejo	: 7 Orang (10,94%)
	: 11. Mulyorejo	: 4 Orang (6,25%)
	: 12. Tingkis	: 4 Orang (6,25%)
4. Frekuensi Pengiriman	: Jumlah Responden	: 64 Orang (100%)
	: 2 kali	: 15 Orang (23,44%)
	: 5 kali	: 27 Orang (42,19%)
	: 10 kali	: 5 Orang (7,81%)
	: > 10 kali	: 17 Orang (26,56%)

Lampiran 3. Data Tabulasi Koesioner

Nama	SISTEM PELACAKAN ONLINE (X1)								Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
Res 1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 2	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Res 3	4	4	4	5	2	4	5	4	32
Res 4	4	5	3	4	4	3	4	3	30
Res 5	5	4	4	5	5	4	5	4	36
Res 6	4	5	4	5	4	4	5	4	35
Res 7	2	4	5	4	2	5	4	4	30
Res 8	4	4	4	2	4	4	2	5	29
Res 9	5	5	4	4	5	4	4	4	35
Res 10	5	5	4	5	5	4	5	5	38
Res 11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 12	4	5	4	4	4	4	4	5	34
Res 13	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Res 14	5	5	4	5	5	4	5	4	37
Res 15	4	5	4	5	4	4	5	4	35
Res 16	5	5	4	5	5	4	5	5	38
Res 17	5	5	4	3	5	4	3	5	34
Res 18	5	5	4	5	5	4	5	5	38
Res 19	5	4	4	5	5	4	5	4	36
Res 20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 21	5	5	4	5	5	4	5	5	38
Res 22	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Res 23	5	5	4	5	5	4	5	5	38
Res 24	4	4	5	5	4	5	5	5	37
Res 25	5	5	4	5	5	4	5	5	38
Res 26	5	5	4	5	5	4	5	5	38
Res 27	5	4	5	4	5	5	4	4	36
Res 28	5	4	5	5	4	5	5	5	38
Res 29	5	5	4	5	5	4	5	5	38
Res 30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 31	5	4	5	5	5	5	5	5	39
Res 32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 33	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Res 34	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 35	5	4	5	5	5	5	5	5	39
Res 36	5	5	5	5	5	5	5	5	40

Res 37	5	5	4	5	5	4	5	5	38
Res 38	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Res 39	5	5	5	4	5	5	4	5	38
Res 40	5	5	5	4	5	5	4	5	38
Res 41	5	5	4	5	5	4	5	4	37
Res 42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 43	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 44	5	5	5	4	5	5	4	5	38
Res 45	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Res 46	5	4	4	5	4	4	5	4	35
Res 47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 48	5	4	4	5	5	4	5	5	37
Res 49	5	5	4	5	5	4	5	5	38
Res 50	4	5	5	5	4	5	5	5	38
Res 51	5	4	4	3	5	4	3	4	32
Res 52	5	5	4	5	5	4	5	4	37
Res 53	5	5	4	5	5	4	5	5	38
Res 54	5	5	4	5	5	4	5	5	38
Res 55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 56	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 57	5	5	5	5	4	5	5	4	38
Res 58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res 60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 61	4	5	4	4	5	4	5	4	35
Res 62	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Res 63	5	4	4	5	5	4	5	5	37
Res 64	5	5	4	5	5	5	5	5	39

Nama	KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN (X2)								Total
	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2
Res 1	4	4	5	5	5	4	5	5	37
Res 2	4	5	5	4	4	4	4	4	34
Res 3	4	4	4	2	4	4	4	4	30
Res 4	4	3	3	4	4	3	4	4	29
Res 5	4	3	5	5	4	4	4	4	33
Res 6	4	3	4	4	4	4	3	4	30
Res 7	5	4	4	2	4	4	5	4	32
Res 8	4	4	5	4	5	5	5	4	36
Res 9	4	4	5	5	4	3	4	5	34
Res 10	4	5	5	5	4	4	5	5	37
Res 11	4	4	5	5	4	3	4	5	34
Res 12	5	4	5	4	4	4	4	5	35
Res 13	5	4	5	5	4	4	5	5	37
Res 14	5	4	5	5	4	5	5	5	38
Res 15	4	4	4	4	4	4	5	5	34
Res 16	4	4	5	5	4	4	5	5	36
Res 17	4	4	5	5	5	4	5	5	37
Res 18	5	4	5	5	5	4	5	5	38
Res 19	4	4	5	5	3	4	4	5	34
Res 20	4	4	5	5	4	4	5	5	36
Res 21	5	4	5	5	5	4	5	5	38
Res 22	4	4	4	4	4	4	5	5	34
Res 23	5	4	5	5	5	4	5	5	38
Res 24	4	4	4	4	5	4	5	5	35
Res 25	5	4	5	5	5	4	5	5	38
Res 26	5	4	5	5	5	4	5	5	38
Res 27	5	5	4	5	5	4	5	5	38
Res 28	4	4	4	5	5	5	5	5	37
Res 29	5	4	5	5	4	4	5	4	36
Res 30	4	4	5	5	4	4	5	5	36
Res 31	5	4	5	5	5	5	5	5	39
Res 32	5	5	5	5	4	4	5	5	38
Res 33	5	4	5	5	4	4	5	5	37
Res 34	4	4	5	5	4	4	5	5	36
Res 35	5	4	5	5	5	4	5	5	38
Res 36	5	4	5	5	4	4	5	5	37
Res 37	5	5	5	5	4	4	5	5	38

Res 38	4	4	5	5	4	4	5	5	36
Res 39	5	4	4	5	5	4	4	5	36
Res 40	4	4	5	5	4	4	5	5	36
Res 41	5	4	5	5	4	4	4	5	36
Res 42	4	4	5	5	4	4	5	5	36
Res 43	5	4	5	5	5	4	4	4	36
Res 44	5	4	5	5	4	4	4	5	36
Res 45	4	4	5	5	4	3	4	5	34
Res 46	4	4	5	5	4	4	4	5	35
Res 47	4	4	5	5	4	4	5	5	36
Res 48	5	4	5	5	4	4	5	5	37
Res 49	4	4	5	5	4	4	4	5	35
Res 50	4	4	5	5	4	5	5	5	37
Res 51	4	4	4	5	4	4	4	3	32
Res 52	4	4	5	5	4	4	5	5	36
Res 53	5	5	5	5	4	4	5	5	38
Res 54	5	4	5	5	5	5	5	5	39
Res 55	5	5	5	5	4	4	5	5	38
Res 56	5	4	5	5	4	4	5	5	37
Res 57	5	4	5	5	5	4	5	5	38
Res 58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 59	4	4	5	4	4	3	4	4	32
Res 60	5	4	5	5	4	4	5	4	36
Res 61	4	4	5	5	4	4	4	5	35
Res 62	4	4	5	5	4	4	4	5	35
Res 63	5	4	5	5	4	4	3	4	34
Res 64	5	4	5	5	5	4	5	5	38

Nama	KEPUASAN KONSUMEN (Y)								Total
	Y.17	Y.18	Y.19	Y.20	Y.21	Y.22	Y.23	Y.24	Y
Res 1	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Res 2	4	5	4	4	4	4	5	4	34
Res 3	4	4	5	5	4	2	4	4	32
Res 4	4	3	4	4	4	4	4	4	31
Res 5	4	4	5	5	4	5	5	4	36
Res 6	4	4	5	5	3	4	4	4	33
Res 7	4	4	4	4	5	2	5	5	33
Res 8	4	5	2	4	5	4	4	4	32
Res 9	5	4	4	4	4	5	5	4	35
Res 10	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Res 11	5	5	5	5	4	5	5	4	38
Res 12	5	5	4	5	4	4	5	5	37
Res 13	5	4	5	5	5	5	5	5	39
Res 14	5	4	5	5	5	5	5	5	39
Res 15	5	4	5	5	5	4	4	4	36
Res 16	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Res 17	5	5	3	5	5	5	4	4	36
Res 18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 19	5	4	5	4	4	5	5	4	36
Res 20	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Res 21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 22	5	5	4	4	5	4	5	4	36
Res 23	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 24	5	5	5	4	5	4	5	4	37
Res 25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 27	5	4	4	4	5	5	5	5	37
Res 28	5	5	5	4	5	5	4	4	37
Res 29	4	5	5	5	5	5	4	5	38
Res 30	5	5	5	5	5	5	4	4	38
Res 31	5	5	5	4	5	5	4	5	38
Res 32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 33	5	4	5	5	5	5	5	5	39
Res 34	5	5	5	5	5	5	4	4	38
Res 35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 37	5	5	5	5	5	5	5	5	40

Res 38	5	4	5	5	5	5	4	4	37
Res 39	5	5	4	4	4	5	5	5	37
Res 40	5	5	4	5	5	5	4	4	37
Res 41	5	4	5	5	4	5	4	5	37
Res 42	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Res 43	4	5	5	5	4	5	5	5	38
Res 44	5	5	4	5	4	5	5	5	38
Res 45	5	4	5	5	4	5	4	4	36
Res 46	5	4	5	5	4	5	5	4	37
Res 47	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Res 48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 49	5	5	5	5	4	5	5	4	38
Res 50	5	5	5	5	5	5	4	4	38
Res 51	3	4	3	4	4	5	5	4	32
Res 52	5	4	5	5	5	5	4	4	37
Res 53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 54	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 56	5	5	5	4	5	5	5	5	39
Res 57	5	4	5	5	5	5	5	5	39
Res 58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Res 59	4	4	4	4	4	4	5	4	33
Res 60	4	5	5	5	5	5	5	5	39
Res 61	5	4	4	5	4	5	5	4	36
Res 62	5	4	5	5	4	5	5	4	37
Res 63	4	5	5	4	4	5	4	5	36
Res 64	5	5	5	5	5	5	5	5	40

Lampiran 4. Hasil Olah Data Statistik Menggunakan SPSS**A. Hasil Uji Instrumen****1. Hasil Olah Data Uji Validitas****a. Uji Validitas Sistem Pelacakan Online**

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.339**	.158	.373**	.833**	.171	.339**	.269*	.705**
	Sig. (2-tailed)		.006	.212	.002	.000	.176	.006	.031	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.2	Pearson Correlation	.339*	1	.114	.290*	.447**	.132	.308*	.131	.530**
	Sig. (2-tailed)	.006		.369	.020	.000	.300	.013	.303	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.3	Pearson Correlation	.158	.114	1	.226	.123	.973**	.205	.256*	.598**
	Sig. (2-tailed)	.212	.369		.073	.334	.000	.104	.041	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.4	Pearson Correlation	.373*	.290*	.226	1	.220	.240	.979**	.110	.711**
	Sig. (2-tailed)	.002	.020	.073		.080	.056	.000	.388	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.5	Pearson Correlation	.833*	.447**	.123	.220	1	.136	.235	.300*	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.334	.080		.283	.062	.016	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.6	Pearson Correlation	.171	.132	.973*	.240	.136	1	.219	.276*	.616**
	Sig. (2-tailed)	.176	.300	.000	.056	.283		.082	.027	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.7	Pearson Correlation	.339*	.308*	.205	.979**	.235	.219	1	.078	.697**
	Sig. (2-tailed)	.006	.013	.104	.000	.062	.082		.539	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.8	Pearson Correlation	.269*	.131	.256*	.110	.300*	.276*	.078	1	.470**
	Sig. (2-tailed)	.031	.303	.041	.388	.016	.027	.539		.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Total_X1	Pearson Correlation	.705*	.530**	.598*	.711**	.664**	.616**	.697**	.470**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Uji Validitas Ketepatan Waktu Pengiriman**Correlations**

		X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	To- tal_X2
X2.9	Pearson Correlation	1	.275*	.205	.169	.342**	.219	.239	.124	.562**
	Sig. (2-tailed)		.028	.104	.183	.006	.081	.057	.329	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.10	Pearson Correlation	.275*	1	.263*	.138	.047	.164	.340**	.264*	.512**
	Sig. (2-tailed)	.028		.036	.278	.711	.196	.006	.035	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.11	Pearson Correlation	.205	.263*	1	.553**	-.047	.116	.181	.355**	.567**
	Sig. (2-tailed)	.104	.036		.000	.711	.361	.152	.004	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.12	Pearson Correlation	.169	.138	.553**	1	.118	.088	.172	.443**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.183	.278	.000		.351	.491	.174	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.13	Pearson Correlation	.342**	.047	-.047	.118	1	.332**	.327**	.139	.499**
	Sig. (2-tailed)	.006	.711	.711	.351		.007	.008	.272	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.14	Pearson Correlation	.219	.164	.116	.088	.332**	1	.382**	.116	.510**
	Sig. (2-tailed)	.081	.196	.361	.491	.007		.002	.363	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.15	Pearson Correlation	.239	.340**	.181	.172	.327**	.382**	1	.448**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.057	.006	.152	.174	.008	.002		.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.16	Pearson Correlation	.124	.264*	.355**	.443**	.139	.116	.448**	1	.631**
	Sig. (2-tailed)	.329	.035	.004	.000	.272	.363	.000		.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
To- tal_X2	Pearson Correlation	.562**	.512**	.567**	.618**	.499**	.510**	.679**	.631**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Correlations

		Y.17	Y.18	Y.19	Y.20	Y.21	Y.22	Y.23	Y.24	To- tal_Y
Y.17	Pearson Correlation	1	.270*	.394**	.361**	.424**	.443**	.159	.124	.678**
	Sig. (2-tailed)		.031	.001	.003	.000	.000	.208	.329	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y.18	Pearson Correlation	.270*	1	.110	.159	.428**	.283*	.172	.253*	.577**
	Sig. (2-tailed)	.031		.388	.210	.000	.023	.174	.044	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y.19	Pearson Correlation	.394**	.110	1	.493**	.177	.280*	.095	.218	.620**
	Sig. (2-tailed)	.001	.388		.000	.162	.025	.454	.084	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y.20	Pearson Correlation	.361**	.159	.493**	1	.178	.313*	.040	.126	.566**
	Sig. (2-tailed)	.003	.210	.000		.159	.012	.753	.320	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y.21	Pearson Correlation	.424**	.428**	.177	.178	1	.196	.056	.287*	.588**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.162	.159		.121	.662	.021	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y.22	Pearson Correlation	.443**	.283*	.280*	.313*	.196	1	.160	.169	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000	.023	.025	.012	.121		.208	.183	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y.23	Pearson Correlation	.159	.172	.095	.040	.056	.160	1	.328**	.413**
	Sig. (2-tailed)	.208	.174	.454	.753	.662	.208		.008	.001
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y.24	Pearson Correlation	.124	.253*	.218	.126	.287*	.169	.328**	1	.537**
	Sig. (2-tailed)	.329	.044	.084	.320	.021	.183	.008		.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
To- tal_Y	Pearson Correlation	.678**	.577**	.620**	.566**	.588**	.640**	.413**	.537**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Hasil Olah Data Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Sistem Pelacakan Online

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	8

b. Uji Reliabilitas Ketepatan Waktu Pengiriman

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.706	8

c. Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	8

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.83324790
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.068
	Negative	-.108
Test Statistic		.108
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

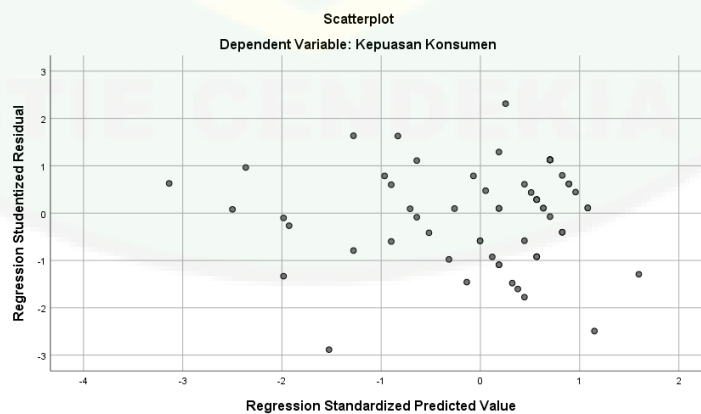
c. Lilliefors Significance Correction.

b. Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B		Beta				
1	(Constant)	1.195	1.768		.676	.502		
	SISTEM PELACAKAN ONLINE	.424	.050	.494	8.414	.000	.585	1.710
	KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN	.573	.062	.539	9.183	.000	.585	1.710

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

c. Uji Heteroskedastisitas



4. Hasil Olah Data Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.195	1.768		.676	.502
	Sistem Pelacakan Online	.424	.050	.494	8.414	.000
	Ketepatan Waktu Pengiriman	.573	.062	.539	9.183	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Uji Parsial (T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.195	1.768		.676	.502
	Sistem Pelacakan Online	.424	.050	.494	8.414	.000
	Ketepatan Waktu Pengiriman	.573	.062	.539	9.183	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

c. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.937 ^a	.877	.873	.847

a. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu Pengiriman, Sistem Pelacakan Online

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 5. Surat Izin Penelitian

**STIE SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
CENDEKIA BOJONEGORO**

Program Studi Manajemen Status "Terakreditasi" (SK BAN-PT No. 2389/SK/BAN-PT/Akred/S/II/2017)
Program Studi Akuntansi Status "Terakreditasi" (BAN-PT No. 2732/SK/BAN-PT/Akred/S/II/2019)

Kampus I : Jl. Cendekia No. 22 Bojonegoro, Telp. (0353) 3410064, Fax. (0353) 3410001 PO. BOX. 250
Kampus II : Jl. Dr. Sutomo 50 Padangan Bojonegoro, Telp. (0353) 551565
E-mail : stie.cendekia.bojonegoro@gmail.com - website : www.stiekia.ac.id

No : Q6. 72/ 073.089 /IV /2025
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian
Kepada :

Yth. Kepala Kantor Pos Jojogan
Jl.Panglima Sudirman No.34 Mulyoagung Singgahan Kabupaten Tuban
Jawa Timur 62361

Dengan Hormat,

Ketua Program Studi Manajemen STIE Cendekia Bojonegoro, menerangkan bahwa :

Nama : Errika Anggun Febyana
NIM : 21010189
Prodi : Manajemen
Alamat : Desa Mulyoagung ,Kecamatan Singgahan,Kabupaten Tuban
No Hp : 087859901112

Adalah Benar-benar Mahasiswa STIE Cendekia Bojonegoro dan Bermaksud Melaksanakan Penelitian untuk Pembuatan Tugas Akhir Dalam Bentuk Karya Ilmiah (Skripsi) di Instansi yang Bapak/Ibu Pimpin, Dengan Judul:

" Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia Kcp Jojogan "

Demikian atas Perhatian dan Kerjasamanya disampaikan Terima Kasih

Bojonegoro, 10 April 2025
STIE Cendekia Bojonegoro
Ketua Program Studi Manajemen ,


Latifah Anom, SE., MM
NUPTK.4834751652230152

Lampiran 6. Surat Telah Melakukan Penelitian**PT POS INDONESIA (PERSERO)****KCP JOJOGAN**

Jl. Panglima Sudirman No. 34 Mulyoagung, Singgahan, Tuban 62361

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Bersama surat ini kami atas nama PT Pos Indonesia Kcp Jojogan menerangkan
bahwa :

Nama : ERRIKA ANGGUN FEBYANA

Kampus : STIE CENDEKIA BOJONEGORO

NIM : 21010189

Program Studi : MANAJEMEN

Telah melakukan penelitian dari tanggal 2 Juni 2025 s/d 7 Juni 2025 di Kantor Pos Kcp Jojogan dengan judul penelitian “Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia Kcp Jojogan”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya disampaikan terimakasih.

Bojonegoro, 9 Juli 2025

BM KCP JOJOGAN



M. Saiful Ardh
Nippos. 993464427

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Errika Anggun Febyana
 NIM : 21010189
 Tahun Angkatan : 2021
 Jurusan/Prodi : Manajemen
 Semester : VIII (Genap)
 Judul Skripsi : Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pas Indonesia KCP Tojogan
 Dosen Pembimbing : 1. Drs. Suprpto, MM.
 2. Ahmad Saipurriza Effasa, SH., MM.

REKOMENDASI

No.	Tanggal	Pembimbing 1	Paraf	Tanggal	Pembimbing 2	Paraf
1.	19/3	Jurnal Acc	[Signature]	20-3-25	Tertar, can variabel kinv	[Signature]
2.	25/4	Publ I & II Rev.	[Signature]	10-4-25	Bab 1	[Signature]
3.	29/4	Bab 1 & II Acc	[Signature]	17-4-25	Bab 1, 2.	[Signature]
4.		Sempro	[Signature]	22-4-25	Bab 1, 2 & 3	[Signature]
5.	11/7	Bab 4 & 5 Revisi	[Signature]	02-5-25	ACC Sempro	[Signature]
6.	14/7	Publ-5 Acc	[Signature]	23-5-25	Revisi Sempro & kuantitatif	[Signature]
7.		Ujian	[Signature]	11-7-25	Hasil & Pembahasan	[Signature]
8.				11-7-25	Acc Ujian	[Signature]
9.						
10.						
11.						
12.						
13.						
14.						
15.						
16.						
17.						
18.						

Bojonegoro, 15 Juli 2025
 STIE Cendekia Bojonegoro
 Ka. Prodi Manajemen

Anom

Latifah Anom, SE, MM
 NUPTK. 4834751652230152



STIE CENDEKIA

KARTU SEMINAR
(Seminar Proposal Skripsi)

NAMA : Errika Anggun Febyana

NIM : 21010189

PRODI : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
CENDEKIA
BOJONEGORO

**KETIKA SEMINAR
KARTU INI HARAP DIBAWA**

TGL/ TEMPAT	PENYAJI (NAMA & NIM)	JUDUL SKRIPSI	PARAF DOSEN
5 Mei 2025 Ruang G	Yeti Ridawati (21020108)	Pengaruh ukuran perusahaan, Financial Distress, dan Leverage Terhadap Tax Avoidance Pada perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI periode 2022- 2024	
5 Mei 2025 Ruang G	Silvi Nur Anggraeni (21020056)	Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2021- 2023 melalui Manajemen Laba sebagai variabel Mediasi	
5 Mei 2025 Ruang G	Eny Fariyanti (21020105)	Analisis Implementasi Blockchain dan Bigdata Analytics Dalam mencegah fraud di Bidang Audit	
7 Mei 2025 Ruang J	Chucut Dwi Alfiyanto (21010113)	Analisis Keberlangsungan usaha Percepatan Bojonegoro Raya Grapika	

TGL/ TEMPAT	PENYAJI (NAMA & NIM)	JUDUL SKRIPSI	PARAF DOSEN
7 Mei 2025 Ruang J	Moch. Rizki Tegar Percontong (21010091)	Efektifitas dan Kecepatan sejaran program keluarga harapan (PKH) untuk membantu finansial keluarga di kabupaten Karang Pagar Kecamatan Bojonegoro	
8 Mei 2025 Ruang J	Shania Salsal Bella (21010032)	Pengaruh pemanfaatan Teknologi Artificial Intelligence dan Influencer Marketing Dalam Affiliate Marketing Terhadap Buying Interest Generasi Z.	
8 Mei 2025 Ruang J	Amim Watho-Sarok Anifa (21010013)	Pengaruh Brand Image Dan customer Experience Terhadap Persepsi Nilai konsumen Boltaplec Bakery Malang	
8 Mei 2025 Ruang G	Ika Fatma Maulia (21020053)	Pengaruh Akuntabilitas, Transparansi dan partisipasi Masyarakat terhadap Pengelolaan dana Desa di Desa Bendo	