

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KECEPATAN PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. XYZ DI KOTA MALANG

Rahmad Syahrul Setiawan ¹, Kiswandono ², Sujianto ³

^{1,2,3} Program Studi Bisnis Digital S-1, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang
Email : Rahmadsyahrul98@gmail.com

Abstrak, Di tengah persaingan ketat dengan berbagai platform lain, PT. XYZ berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan agar dapat menarik dan mempertahankan pelanggan. Berdasarkan survei dan ulasan dari pengguna, terdapat banyak keluhan terkait dengan lambatnya pengiriman dan Kualitas Pesanan yang tidak sesuai, yang menunjukkan bahwa perusahaan juga perlu melakukan perbaikan terhadap penyebab ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Meskipun PT. XYZ telah mendapatkan popularitas yang signifikan, beberapa masalah perlu diperhatikan agar perusahaan tidak memiliki citra buruk di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ di Kota Malang, serta diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi literatur akademik mengenai kepuasan pelanggan dalam konteks layanan makanan online. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 116 responden yang telah melakukan pembelian makanan pada PT. XYZ minimal 1 kali. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda melalui SPSS untuk menguji hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ di Kota Malang. Variabel kecepatan pengiriman berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ di Kota Malang. Variabel kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ di Kota Malang.

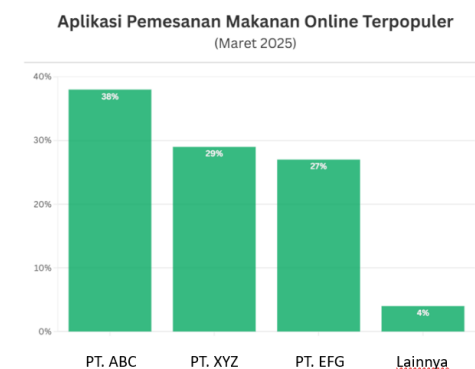
Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kecepatan Pengiriman, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Perubahan teknologi digital di Indonesia telah meningkatkan transformasi signifikan pada perilaku konsumsi masyarakat, termasuk dalam hal kemudahan pemenuhan kebutuhan pangan mereka. Salah satu bentuk kemudahan tersebut yaitu layanan pemesanan makanan melalui online yang semakin diminati banyak masyarakat modern, terutama di era digital yang mendorong perubahan perilaku konsumen kearah digitalisasi. Menurut Astuti & Anggresta (2022) Faktor utama yang menyebabkan hal ini adalah akses internet yang gampang dan bisa dilakukan kapan dan di mana pun.

Menurut Rahmi (2021) PT. XYZ adalah layanan pengantaran makanan yang tersedia melalui aplikasi PT. XYZ. PT. XYZ ialah platform e-commerce yang berdiri pada tahun 2015 dan telah berkembang pesat di Asia Tenggara, salah satunya Indonesia. PT. XYZ menyediakan berbagai layanan, mulai dari belanja online untuk produk fisik hingga layanan pengantaran makanan melalui PT. XYZ. Layanan PT. XYZ ini mulai diperkenalkan pada April 2020 sebagai respons

terhadap kebutuhan masyarakat akan layanan pengantaran makanan yang praktis, terutama selama pandemi COVID-19 yang membatasi mobilitas Masyarakat. PT. XYZ merupakan salah satu fitur baru dari PT. XYZ, sebuah platform e-commerce ternama, yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memesan makanan dan minuman secara daring (Vania & Simbolon, 2021). Berikut adalah data kategori aplikasi pemesanan makanan online terpopuler.

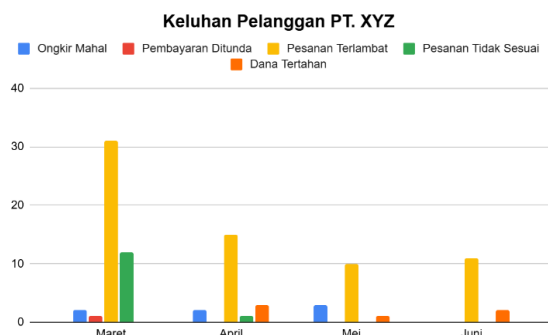


Gambar 1. Statistik Aplikasi Pemesanan Makanan Online
(Sumber : Baihaqi, n.d.)

Berdasarkan data pada Maret 2025, meskipun PT. ABC mendominasi pasar sebagai aplikasi pemesanan makanan online dengan persentase pengguna tertinggi sebesar 38%, PT. XYZ juga menunjukkan tingkat popularitas yang signifikan di kalangan masyarakat. Dengan capaian sebesar 29%, PT. XYZ menjadi pilihan utama kedua, hanya terpaat sedikit dari PT. ABC. Hal ini menunjukkan bahwa PT. XYZ mampu menarik minat pengguna secara luas dan menjadi pesaing kuat di industri layanan pesan-antar makanan, bersanding ketat dengan platform-platform besar lainnya.

Menurut Nasyidah (2022) kualitas pelayanan diartikan sebagai Kualitas layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan yaitu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukan hanya dilihat dari hasil akhir yang diterima pelanggan, tetapi juga mencakup proses penyampaian layanan tersebut. Sedangkan Menurut Febriani (2024) kecepatan pengiriman didefinisikan sebagai sebuah faktor yang paling utama dalam kualitas pelayanan yang secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono dalam Maharani (2024) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai situasi di mana pelanggan menyadari bahwa apa yang mereka butuhkan dan inginkan telah terpenuhi sesuai ekspektasi mereka.

Ditengah persaingan ketat dengan berbagai platform lain, PT. XYZ berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan agar dapat menarik dan mempertahankan pelanggan. Berikut adalah data keluhan pelanggan PT. XYZ.



Gambar 2. Keluhan Pelanggan PT. XYZ
(Sumber: Hasil Pengolahan Data Peneliti, 2025)

Berdasarkan survei dan ulasan dari pengguna, terdapat banyak keluhan terkait dengan lambatnya pengiriman dan Kualitas Pesanan yang tidak sesuai, yang menunjukkan bahwa perusahaan juga perlu melakukan perbaikan terhadap penyebab ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Meskipun PT. XYZ telah mendapatkan popularitas yang signifikan, beberapa masalah perlu diperhatikan agar perusahaan tidak memiliki citra buruk di masyarakat. Tetapi Menurut Penelitian Riska Ariyani (2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ. Selain itu juga Menurut Fransiska (2021) mengungkapkan kualitas pelayanan tidak ada pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. XYZ, yang secara tidak langsung juga berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut Rahman (2023) bahwa kualitas layanan berdampak terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ. Kajian Oktavia & Hasanah (2022) memang telah mengkaji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen PT. XYZ di Kota Malang, namun belum memasukkan variabel kecepatan pengiriman yang menjadi faktor dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Meskipun terdapat beberapa kajian mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ, namun disisi lain juga terdapat penelitian yang mengungkapkan bahwa tidak ada pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ. Hal ini yang menjadi kesenjangan penelitian (research gap), dan juga belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ di Kota Malang.

METODE

Rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei yang berfokus pada pengalaman pelanggan terkait pelayanan yang diberikan oleh driver PT. XYZ. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ di Kota Malang. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada pengguna PT. XYZ di wilayah Kota Malang, dengan fokus pada

pengalaman mereka terkait kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman. Penelitian ini rencananya dilakukan mulai bulan Maret sampai Juni 2025. Untuk pengolahan data yang dilakukan, peneliti menggunakan metode uji hipotesis yaitu uji T, uji F, Uji koefisien determinasi dan analisis regresi linier berganda melalui perangkat lunak IBM SPSS Statistics (Statistical Package for the Social Sciences) versi 25. Analisis ini ditujukan untuk mengidentifikasi seberapa jauh tingkat pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan secara statistik. Selain itu juga, melalui pendekatan ini peneliti dapat memperbaiki kinerja dan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan PT. XYZ

Sampel dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode Purposive Sampling, yaitu memilih responden yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- Berdomisili Di Kota Malang.
- Pengguna PT. XYZ yang telah melakukan pemesanan pembelian 1x.
- Responden mulai usia 17 – 35 tahun dengan pertimbangan bahwa usia tersebut sudah mampu dalam mengambil Keputusan dengan bijak.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Lemeshow, karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terhingga. berikut rumus dari Lemeshow Menurut Suparyanto dan Rosad (2020) yaitu:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Melalui rumus tersebut, maka jumlah sampel yang akan digunakan adalah :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 97$$

Jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 97 orang, sehingga pada penelitian ini diambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 97 orang. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang bersifat tertutup, yang di mana responden hanya memilih jawaban sesuai dengan pendapat/ pengalaman mereka terhadap pelayanan yang diberikan oleh driver berdasarkan skala likert. Instrumen dalam bentuk kuesioner ini dibuat melalui Google Form dan nantinya akan disebarluaskan melalui WhatsApps pelanggan yang didapat dari aplikasi PT. XYZ Driver yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kecepatan Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. XYZ di Kota Malang. Hal ini ditunjukkan melalui uji hipotesis pada uji t parsial dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai nilai $t_{hitung} = 8,947 > t_{tabel} = 1,981$, Hasil perhitungan t_{tabel} diperoleh nilai sebesar 1,981 yang didapat dari nilai t_{tabel} untuk $N-2 = 116-2 = 114$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan Kecepatan Pengiriman mempunyai nilai $t_{hitung} = 4,556 > t_{tabel} = 1,981$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sehingga Kecepatan Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Selanjutnya melalui uji F simultan dengan nilai signifikan $< 0,05$.

Tabel 1. Uji T

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	-.025	1.930		-.013	.990
Kualitas Pelayanan	.292	.033	.596	8.947	.000
Kecepatan Pengiriman	.578	.127	.303	4.556	.000

(Sumber : Output SPSS)

Tabel 2. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1434.679	2	717.339	98.090	.000 ^b
Residual	826.381	113	7.313		
Total	2261.060	115			

(Sumber : Output SPSS)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi, besarnya R Square adalah 0,635. Hasil perhitungan statistic ini berarti kemampuan variabel independen (Kualitas Pelayanan, dan Kecepatan Pengiriman) dalam menerangkan

perubahan variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) sebesar 63,5% sisanya 36,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi yang dianalisis.

Tabel 3. Uji Koefisien Detetminasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.797 ^a	.635	.628	2.70428

(Sumber : Output SPSS)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda didapatkan Nilai konstanta sebesar -0,025, hal ini menunjukkan apabila variabel Kualitas Pelayanan dan Kecepatan Pengiriman, jika dianggap konstan (0), maka Kepuasan Pelanggan adalah -0,025. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (x1) sebesar 0,292. Hal ini berarti setiap kenaikan Kualitas

Pelayanan diibaratkan sebesar 1% akan menaikkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,292. Koefisien regresi variabel Kecepatan Pengiriman (x2) sebesar 0,578. Hal ini berarti setiap kenaikan Kecepatan Pengiriman diibaratkan sebesar 1% akan menaikkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,578.

Tabel 4. Analisi Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	-.025	1.930		-.013	.990
Kualitas Pelayanan	.292	.033	.596	8.947	.000
Kecepatan Pengiriman	.578	.127	.303	4.556	.000

(Sumber : Output SPSS)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan, maka semakin baik Kepuasan Pelanggan. Kecepatan Pengiriman berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Kecepatan Pengiriman, maka semakin baik Kepuasan Pelanggan tersebut. Kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. XYZ di Kota Malang.

DAFTAR PUSTAKA

Ariyani, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap*

Kepuasan Pelanggan, Perceived Value, dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Pengguna Shopee Food Di Kota Yogyakarta SKRIPSI.

Astuti, I. P., & Anggresta, V. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food Di Jakarta Selatan. *Jurnal USAHA*, 3(2), 29–35. <https://doi.org/10.30998/juuk.v3i2.1230>

Baihaqi, M. W. (n.d.). *GoFood Rajai Industri Pesan Antar Makanan Online Awal 2025*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/gofood-rajai-industri-pesan-makanan-online-awal-2025-h2SpA>

Febriani, M. H. D. (2024). *Analisis Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pelacakan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 1(4), 1–8.

Fransiska, I., & Madiawati, N. (2021). Analisis

- Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee Di Bandung Analysis of the Effect of Price, Promotion, Service Quality, and Brand Image on Purchasing Decisions on Shopee Users in Band. *Jurnal Sekretaris Dan Administrasi Bisnis*, 6(1), 3340–3353.
- Maharani, S., & Azis, A. M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Food Di Kota Bandung. *EProceedings of Management*, 11(5).
- Nasyidah, N., Nurhajati, N., & Wahono, B. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pesan Antar Makanan Shopee Food Di Kota Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(12).
- Oktavia, D. D., & Hasanah, U. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen ShopeeFood di kota Malang. In *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis* (Vol. 5, Issue 1). <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.128>
- Rahman, M. F. R., Arifin, R., & ABS, M. K. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Food (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang) Muhammad. *E – Jurnal Riset Manajeme*, 12(02), 2680–2689.
- Rahmi. (2021). Bab I Pendahuluan. *ي. خ حض با Galang Tanjung*, 2504, 1–9.
- Suparyanto dan Rosad. (2020). *Perhitungan Besar Sampel*. 5(3), 248–253.
- Vania, I., & Simbolon, R. (2021). Pengaruh Promo ShopeeFood Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Di Daerah Tangerang Selatan). *Jurnal Ekonomis*, 46–58. <https://jurnal.unai.edu/index.php/jeko/article/view/2593%0Ahttps://jurnal.unai.edu/index.php/jeko/article/download/2593/1957>