

## PENGARUH HARGA DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN Satria ANTARAN PRIMA (SAP) EXPRESS DI KOTA BIMA

Al Akbar<sup>1</sup>, Muhajirin<sup>2</sup>, Puji Muniarty<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima

Email: [alakbarstiebima@gmail.com](mailto:alakbarstiebima@gmail.com)

**Abstrak:** bisnis jasa saat ini sangat dibutuhkan dalam aktivitas konsumen sehari-hari. Hal ini mengakibatkan konsumen memilih tempat jasa kurir pengiriman barang yang dapat dipercaya, memberikan harga yang terjangkau dan ketepatan waktu terbaik, sehingga memudahkan kegiatan konsumen dalam hal pendistribusian barang dengan jarak jauh dapat tersalurkan dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen pada satria antaran prima (SAP) express di kota bima. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Populasi yang digunakan semua kalangan masyarakat dengan kriteria responden yaitu konsumen yang berkunjung ke kantor cabang SAP Express di kota bima, menggunakan jasa SAP express di kota bima minimal 2 kali pengiriman. Anggota sampel yang digunakan sebanyak 96 orang yang diambil dengan Teknik purposive sampling. Hasil uji secara simultan (uji f) menunjukkan harga dan ketepatan waktu secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen SAP express di kota bima, hasil uji parsial (uji t) menunjukkan harga dan ketepatan waktu secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen SAP express di kota bima  
Kata Kunci: *harga, ketepatan waktu, kepuasan konsumen*

**Abstract:** The service business is currently very much needed in the daily activities of consumers. This has resulted in consumers choosing a place for courier delivery services that can be trusted, providing affordable prices and the best timeliness, making it easier for consumer activities in term of distributing goods over long distances to be channeled properly. This study aims to determine the effect of price and timeliness on consumer satisfaction at satria antaran prima (SAP) express in bima city. This study uses multiple linear regression analysis. The population used is by all people with respondent criteria, namely consumer who visit the bima city SAP express service at least 2 times. The sample members used were 96 people who were taken by purposive sampling technique. Test results (f test) show price and timeliness simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction of satria antaran prima (SAP) express in bima city. The result of the partial test (t test) show that price and timeliness have a significant influence on consumer satisfaction of satria antaran prima (SAP) express in bima city.

Keywords: prices, timeliness, consumer satisfaction

### PENDAHULUAN

Bisnis pengiriman barang di tanah air semakin meningkat dengan berkembang pesatnya bisnis *online* saat ini. Faktanya, dengan berkembangnya internet, aktivitas jual beli online justru semakin marak dan akan menjadi tren gaya hidup praktis di masa mendatang. Bisnis *online* bahkan membutuhkan jasa pengiriman/kurir sebagai mata rantai tak terpisahkan. Pertumbuhan bisnis logistic ini tidak hanya di nikmati pelaku di kota-kota besar, melainkan merata di seluruh daerah, karena pelaku bisnis online sekarang tersebar baik di kota besar maupun di daerah. Sehingga kebutuhan akan jasa pengiriman ini mencakup seluruh Indonesia.

Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak terwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Industri jasa cukup bervariasi sesuai dengan dinamika yang terjadi pada sektor jasa dapat di lihat dari perkembangan dan berbagai jenis industri jasa, salah satunya adalah jasa pengiriman barang. Adanya perkembangan teknologi informasi mendorong terjadinya perubahan terhadap perilaku yang serba cepat, mudah, mobilitas tinggi, akses luas, dan kemudahan konsumsi atau belanja melalui jaringan bisnis cenderung meningkat. Keberadaan penyedia jasa kurir mampu menunjang kebutuhan para pelaku bisnis karena dapat mengirimkan barang kepada pelanggan baik yang berada di dekat lokasi usaha maupun yang berada jauh diluar daerah operasional perusahaan tersebut, sehingga dapat memperluas cakupan pasar yang secara otomatis akan meningkatkan keuntungan dari perusahaan.

Berkembangnya bisnis *online* membuka peluang besar yang sangat menjanjikan bagi perusahaan jasa. Tingginya permintaan masyarakat akan penggunaan jasa logistic saat ini menumbuhkan persaingan pada perusahaan-perusahaan sejenis, sehingga perusahaan bidang pengiriman barang berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas ketepatan waktu dengan harga yang bersaing pula.

PT. Satria Antarana Prima Express (SAP) yang didirikan oleh Budiyanto Darmastono pada tahun 2014 adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman dan logistic dan melayani berbagai paket-paket yang dikirim dari berbagai provinsi dan ibu kota selalu menjadi pelayanan ekstra untuk memikat para konsumen yang ingin mengirimkan barang-barang melalui jasa yang ditawarkan kepada masyarakat. PT. SAP Express telah memiliki 204 cabang di seluruh Indonesia dan akan terus bertambah dengan seiring berjalannya waktu, dan untuk di wilayah BIma hanya ada satu cabang.

Menghadapi kenyataan banyaknya jasa pengiriman barang yang sejenis diantaranya PT. SAP Express, JNE, Pos Indonesia, J&T dan sebagainya terus bersaing untuk mendapatkan konsumen dengan strategi pemasaran yang berbeda-beda dan dalam hal ini PT. SAP Express harus menentukan tujuan jangka Panjang dan pendek, membantu beradaptasi dengan perkembangan jaman yaitu perubahan-perubahan internal maupun eksternal.

Dalam industry jasa pengiriman barang, harga merupakan salah satu factor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk atau jasa. Harga adalah suatu nilai tukar yang biasa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Menurut Kotler & Amstrong (2014) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk atau jasa. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Berikut perbandingan harga onkos kirim PT. SAP expres dengan Expedisi lain:

| NO | NAMA                      | LAYANAN | TARIF     |
|----|---------------------------|---------|-----------|
| 1  | PT. SAP Express           | REG     | 14.000/kg |
| 2  | PT. JNE Express           | REG     | 14.000/kg |
| 3  | PT. POS INDONESIA Express | REG     | 11.500/kg |
| 4  | PT. J&T Express           | REG     | 13.000/kg |

*Sumber : Google,cek harga ongkos kirim.*

Tidak hanya berbicara tentang harga, perusahaan logistic juga harus memperhatikan ketepatan waktu pengiriman barang yang dilakukan, waktu pengiriman adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga dapat tiba di tangan konsumen itu sendiri. Menurut Handoko (2010) ketepatan waktu merupakan jangka waktu konsumen memesan produk hingga produk tersebut tiba ditangan konsumen.SAP Express sering tidak tepat waktu dalam pengiriman barang sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen.

Loyalitas konsumen yang lebih besar, bisa ditentukan oleh kepuasan konsumen dan lokasi yang dipilih dengan tingkat pengiriman terhadap kualitas jasa akan memberikan rasa puas, karena pengharapan konsumen akan kinerja perusahaan bisa dicapai dengan baik. Kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan mencegah perputaran konsumen, mengurangi sensitivitas konsumen terhadap harga dan

memperhatikan ketepatan waktu pengiriman. Menurut Khotler dan Keller (2017) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

## METODE PENELITIAN

### a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian asosiatif, Dimana tujuannya untuk mengetahui keterhubungan antara dua variabel atau lebih Sugiyono (2012) yaitu Pengaruh harga Dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen SAP EXPRES di Kota Bima.

### b. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang di gunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang di amati Sugiyono (2008). Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner dengan skala likert.

- a. Sangat Setuju (SS) diberi bobot 5
- b. Setuju (S) diberi bobot 4
- c. Netral (N) diberi bobot 3
- d. Tidak Setuju (TS) diberi bobot 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi bobot 1

### c. Populasi dan Sampel Penelitian

#### 1. Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen SAP Expres Di Kota Bima yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti (*Unknowns Population*).

#### 2. Sampel dan Sampling Penelitian

Sampel penelitian menurut Sugiyono (2016) Mengungkapkan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dikarenakan populasinya tidak diketahui secara pasti, menurut Riduwan (2015), untuk menentukan jumlah sampel dalam populasi yang tidak diketahui maka digunakan rumus *cochran* dan dan diperoleh sampel sebanyak 96 orang.

Rumus *cochran* :

$$n_0 = \frac{z^2 p q}{e^2} = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2} = 96 \text{ orang responden}$$

Keterangan :

$n_0$  = Ukuran sampel

$z^2$  = abscissa kurva normal yang memotong area sisi (*tails*), atau 1-tingkatkepercayaan, misalnya sebesar 95%

$e^2$  = tingkat kepercayaan yang diinginkan

$p$  = proporsi yang diestimasi suatu atribut yang ada dalam suatu populasi

$q = 1 - p$

Dari hasil perhitungan tersebut maka diketahui besar sampel yang diperlukan adalah 96 responden. Teknik sampling yang di gunakan yaitu purposive sampling, menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa purposive sampling adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu,yaitu dengan kriteria : (1) masyarakat yang pernah menggunakan jasa SAP express

diKota Bima (2) masyarakat yang sudah berumur 17 tahun ke atas karena dianggap sudah mampu menjawab pertanyaan pada kuesioner.

d. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian Ini Bertempat Di Jln. Jendral Sudirman No.31, Lewirato, Mpunda, Bima, Nusa Tenggara Barat. 84111, Indonesia

e. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Observasi yaitu mengamati secara langsung kegiatan yang dilakukan pada Kantor SAP Expres di Kota Bima.
- b. kuisisioner yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan Tertulis kepada responden untuk dijawab.
- c. Studi pustaka merupakan pengumpulan teori yang berhubungan dengan pembahasan penulisan ini dengan mempelajari dan mengutip teori dari berbagai buku dan literature yang terdapat di perpustakaan maupun hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian

f. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas dan Uji Realibilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu indikator, Cara untuk melakukan uji validitas ini yakni dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor *Pearson Correlation* dengan  $r$  kritis Sugiyono, (2011), Nilai koefisien korelasi untuk masing-masing butir dibandingkan dengan nilai  $r$  kritis yang dalam hal ini ditentukan 0,30. Jika koefisien korelasi ( $r$ -hitung) lebih besar dari  $r$  kritis (0,30) dan bernilai positif, maka butir tersebut valid, begitupun sebaliknya Sugiyono, (2011).

b. Uji Realibilitas

Ukuran dikatakan reliabel jika ukuran tersebut memberikan hasil yang konsisten. Reliabelitas diukur dengan menggunakan metode cronbach alpa Riduwan, (2008) Instrumen dapat dikatakan andal (*Reliable*) apabila memiliki koefisien keandalan (reliabilitas) sebesar 0,6 atau lebih, bila alpha lebih kecil dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliable Sugiyono (2010).

2. Uji Asumsi Klasik

Karena variabel yang di gunakan dalam penelitian ini lebih dari 2 variabel dengan jenis penelitiann asosiatif, maka perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yang digunakan yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi  $>0,05$  Imam Ghozali (2011)

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali (2011) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi Imam Ghozali (2011). Pada penelitian ini untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Dasar penentuan ada atau tidaknya kasus auto korelasi didasari oleh kaidah sebagai berikut:

1. Jika d (durbin Watson) lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL) yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d (durbin watson) terletak antara dU dan (4-dU), yang berarti tidak ada auto korelasi.
3. Jika d (durbin watson) terletak antara dL dan dU atau diantara (4-dU) dan (4- dL), maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti (tidak dapat disimpulkan).

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y Imam Ghozali (2011).

3. Regresi Linier berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai indicator. Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara variabel dependen (Kepuasan Konsumen) dan variabel independen (Harga, Ketepatan Waktu). Dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

|                |   |  |
|----------------|---|--|
| Y              | = | Variabel Dependen<br>(Kepuasan Konsumen) |
| X <sub>1</sub> | = | Variabel Independen (Harga)              |
| X <sub>2</sub> | = | Variabel Independen (Ketepatan Waktu)    |
| a              | = | Konstanta                                |

- b = Koefisien Variabel
- e = Standar Error

4. Koefisien Korelasi Berganda

Koefisien korelasi berganda merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel independen secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen Sugiyono (2016).

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiatif (pengaruh) linear antara dua atau tiga variabel.

5. Koefisien Determinasi

Dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisien determinasi yang sering disebut koefisien penentu, karena besarnya adalah kuadrat dari koefisien korelasi (r)

6. Uji T-statistik

Uji parsial dengan t test dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh darimasing — masing variable independen secara sendiri — sendiri (Parsial) terhadap dependen. Hasil dari uji t sendiri didapatkan dengan membandingkan t hitung dan tabel yang dimana jika t hitung lebih besar dari t tabel dengan tingkat kepercayaan 95% atau (p-value < 0,05), maka  $H_0$  diterima, yang artinya variable independen secara parsial mempengaruhi variable dependent. Menurut Ghozali (2018), berikut kriteria dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- a. Jika t hitung > t tabel dan nilai sig. < 0,05, maka hipotesis diterima
- b. Jika atau t hitung < t tabel dan nilai sig. > 0,05, maka hipotesis ditolak

7. Uji F

Uji simultan dengan F test ini pada dasarnya dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable independen secara simultan terhadap variable dependen. Hasil dari uji F didapatkan dari membandingkan F hitung dengan F tabel dengan tingkat kepercayaan 95% atau (p-value < 0,05), maka hipotesis diterima, yang artinya variable independen yang diuji secara bersama — sama (Simultan) memiliki pengaruh terhadap variable dependen. Menurut Ghozali (2018) menggunakan kriteria sebagai berikut :

- c. Jika dan F hitung > F tabel dan nilai sig. < 0,05, maka hipotesis diterima.
- d. Jika dan F hitung < F tabel nilai sig. > 0,05 maka hipotesis ditolak

**HASIL PENELITIAN**

a. Pembahasan Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

| Variabel | R Hitung | Nilai Batas | Signifikansi r hitung | Signifikansi nilai a | Keterangan |
|----------|----------|-------------|-----------------------|----------------------|------------|
| X1.1     | 0,714    | 0,3         | 0,00                  | 0,05                 | Valid      |
| X1.2     | 0,721    | 0,3         | 0,00                  | 0,05                 | Valid      |
| X1.3     | 0,66     | 0,3         | 0,00                  | 0,05                 | Valid      |
| X1.4     | 0,755    | 0,3         | 0,00                  | 0,05                 | Valid      |
| X1.5     | 0,714    | 0,3         | 0,00                  | 0,05                 | Valid      |

|       |       |     |      |      |       |
|-------|-------|-----|------|------|-------|
| X1.6  | 0,63  | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| X1.7  | 0,674 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| X1.8  | 0,743 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| X2.1  | 0,668 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| X2.2  | 0,645 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| X2.3  | 0,62  | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| X2.4  | 0,653 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| X2.5  | 0,721 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| X2.6  | 0,638 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| X2.7  | 0,532 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| X2.8  | 0,712 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| X2.9  | 0,666 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| X2.10 | 0,577 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| Y.1   | 0,589 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| Y.2   | 0,729 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| Y.3   | 0,592 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| Y.4   | 0,547 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| Y.5   | 0,596 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| Y.6   | 0,614 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| Y.7   | 0,624 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| Y.8   | 0,532 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| Y.9   | 0,679 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| Y.10  | 0,582 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| Y.11  | 0,641 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| Y.12  | 0,658 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| Y.13  | 0,671 | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |
| Y.14  | 0,64  | 0,3 | 0,00 | 0,05 | Valid |

Sumber : Data Diolah, 2022

Hasil pengujian validitas variabel Harga (X1), Ketepatan Waktu (X2), dan Keputusan Konsumen (Y) pada tabel 1 di atas, menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi pada setiap item pernyataan  $> 0,300$  dan nilai sig r hitung  $< 0,05$ , sehingga dapat di simpulkan bahwa seluruh item kuesioner pada variabel Harga (X1), Ketepatan Waktu (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y) dalam penelitian ini “**valid**”.

## 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel**

| Variabel              | <i>Cronbach' alpha</i> | Keterangan |
|-----------------------|------------------------|------------|
| Harga (X1)            | 0,852                  | Reliabel   |
| Ketepatan Waktu (X2)  | 0,840                  | Reliabel   |
| Kepuasan Konsumen (Y) | 0,850                  | Reliabel   |

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis tabel 2 diatas maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian pada setiap variabel dinyatakan “**reliabel**”, karena nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) lebih dari 0,600. Artinya butir-butir pertanyaan dalam koesioner memiliki konsistensi untuk mengukur variabel.

**3. Uji Asumsi klasik**  
**a. Uji Normalitas**

**Tabel 3. Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                          | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| N                                |                          | 96                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean                     | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation           | 3.86438533              |
|                                  | Most Extreme Differences |                         |
|                                  | Absolute                 | .066                    |
|                                  | Positive                 | .045                    |
|                                  | Negative                 | -.066                   |
| Test Statistic                   |                          | .066                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                          | .200                    |

- a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.

*Sumber* : Data Diolah, 2022

Berdasarkan output SPSS Uji normalitas data dengan Kolmogorov-Smirnov test menunjukkan nilai sig sebesar 0,200 > 0,05. Artinya bahwa residual data berdistribusi normal.

**b. Uji Multikolinieritas**

**Tabel 4. Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model           | T     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-----------------|-------|------|-------------------------|-------|
|                 |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)    | 2.781 | .007 |                         |       |
| HARGA           | 3.342 | .001 | .543                    | 1.841 |
| KETEPATAN WAKTU | 7.201 | .000 | .543                    | 1.841 |

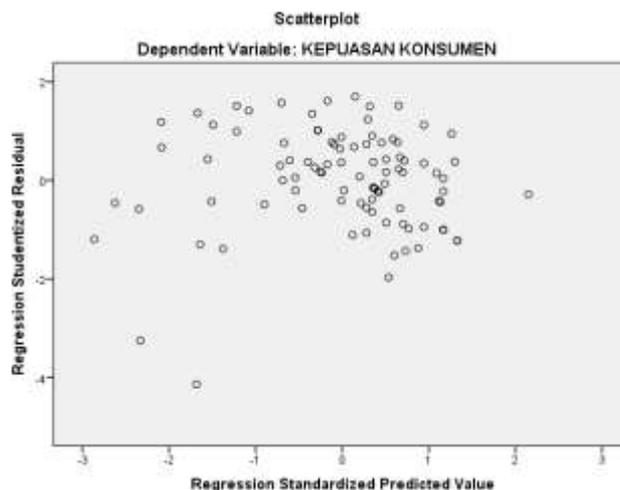
- a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

*Sumber* : Data Diolah, 2022

Berdasarkan *Output* SPSS nilai VIF < 10,00 atau nilai tolerance > 0,10 menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas**



Sumber : Data Diolah, 2022

Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel di atas menggunakan metode grafik hasil tersebut terlihat bahwa grafik scatter tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di atas dan dibawah nilai 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

**d. Uji Autokorelasi**

**Tabel 6. Uji Autokorelasi Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .809 <sup>a</sup> | .654     | .647              | 3.906                      | 1.781         |

a. Predictors: (Constant), KETEPATAN WAKTU, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber Data : Output SPSS 2022

Berdasarkan pada tabel 4 di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Durbin-watson* sebesar 1.733 dan nilai  $du < dw < 4-du$  melainkan terletak antara  $du > dw > 4-du$  jika dimasukkan kedalam persamaan menjadi  $1.7103 > 1.781 > 2.2897$  yang artinya data tersebut tidak terdapat gejala autokorelasi.

#### 4. Analisis Regresi Berganda

**Tabel 8. Regresi Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                 |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                     |                 | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|                           |                 | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1                         | (Constant)      | 9.396                       | 3.378      |                           | 2.781 | .007 |
|                           | HARGA           | .426                        | .127       | .276                      | 3.342 | .001 |
|                           | KETEPATAN WAKTU | .773                        | .107       | .596                      | 7.201 | .000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber Data : Output SPSS 2022

Dari table di atas dapat dijabarkan persamaan regresinya yaitu :

$$Y = 9,396 + 0,426X_1 + 0,773X_2$$

Berdasarkan *output* SPSS maka :

- Konstanta sebesar 9,396, artinya jika harga dan ketepatan waktu keuntungan nilainya 0, maka keputusan pembelian nilainya sebesar 9,396.
- Koefisien regresi variable harga sebesar 0,426 ; artinya jika harga mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,426 satuan dengan asumsi variable independen lainnya bernilai tetap.
- Koefisien regresi variable Ketepatan Waktu sebesar 0,773 ; artinya jika ketepatan waktu mengalami kenaikan satu satuan, maka Kepuasan Konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,773 satuan dengan asumsi variable independen lainnya bernilai tetap.

#### 5. Koefisien Korelasi

**Tabel 9. Koefisien Korelasi Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .809 <sup>a</sup> | .654     | .647              | 3.906                      |

a. Predictors: (Constant), KETEPATAN WAKTU, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : data diolah, 2022

Dari hasil tersebut dapat diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,654. Hasil ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara harga dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen. Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya pengaruh itu maka dapat digunakan pedoman sebagai berikut :

Tabel 10. Pembeding Tingkat Hubungan Koefisien Korelasi

| Interval Koofisie n | Tingkat Hubungan |
|---------------------|------------------|
| 0,00 – 0,199        | Sangat Rendah    |
| 0,20 – 0,399        | Rendah           |
| 0,40 – 0,599        | Sedang           |
| 0,60 – 0,799        | Kuat             |
| 0,80 – 1,000        | Sangat Kuat      |

Sumber : Sugiyono 2016

Jadi kolerasi hubungan antara kemudahan dan keyakinan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,654 berada pada interval 0,60 – 0,799 dengan tingkat hubungan kuat.

## 6. Uji Determinasi

Jadi terdapat pengaruh antara antara Harga dan Ketepatan Waktu terhadap kepuasan konsumen yang besarnya pengaruh ini dapat dinyatakan secara kuantitatif dengan pengujian koefisien determinasi lalu diperoleh nilai Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,647 atau 64,7%, sedangkan sisanya 35,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 7. Uji t (Parsial)

Tabel 11. Uji t Coefficients<sup>a</sup>

| Model           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)    | 9.396                       | 3.378      |                           | 2.781 | .007 |
| HARGA           | .426                        | .127       | .276                      | 3.342 | .001 |
| KETEPATAN WAKTU | .773                        | .107       | .596                      | 7.201 | .000 |

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber Data : Output SPSS 2022

Berdasarkan *output* SPSS diatas nilai t hitung sebesar 3,342 lebih besar dari t tabel yaitu 1,986 atau  $3,342 > 1,986$ . Sedangkan untuk nilai signifikansinya sebesar  $0,001 < 0,05$  yang berarti secara parsial variable Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan table diatas nilai t hitung sebesar 7,201 lebih besar dari t tabel yaitu 1,986 atau  $7,201 > 1,986$ . Sedangkan untuk nilai signifikansinya sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti secara parsial variable Ketepatan Waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

## 8. Uji F (Simultan)

**Tabel 12. Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 2682.976       | 2  | 1341.488    | 87.940 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 1418.680       | 93 | 15.255      |        |                   |
|       | Total      | 4101.656       | 95 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu, Harga

Sumber Data : Output SPSS 2022

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa F hitung 87,940 > F tabel 3,09 dan nilai sig. 0,000 < 0,05 dapat disimpulkan bahwa Harga dan Ketepatan Waktu secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen SAP Expres Di Kota Bima.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka kesimpulan pada penelitian ini :

- Harga berpengaruh dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen SAP Expres Di Kota Bima.
- Ketepatan Waktu berpengaruh dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen SAP Expres Di Kota Bima
- Harga dan Ketepatan Waktu berpengaruh dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen SAP Expres Di Kota Bima.

### DAFTAR PUSTAKA

- Attamimi, F. M., Hufron, M., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen JNE Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 20(10), 27–39.
- Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1768–1780.
- Dianah, N., & Welsa, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa). *Jurnal Manajemen*, 7(1), 16–26.
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *AdBispreneur*, 2(2), 107–115. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v2i2.13162>
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i1.1098>
- Nasution, A. R. (2020). Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Pada J&T Express di Kota Medan ( Studi Pada Cabang Besar / Drop Point Krakatau Medan). 1–100.

- Noeraini, I. A. (2016). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Surabaya. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, ISSN: 2461-0593, 5(5), 1–17.
- Syahputri, L. L., & Kananto, R. K. P. (2020). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan ( Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta*, 1–15.