

Pengaruh Ketepatan Waktu, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Andry Febiola Transportasi Kabupaten Probolinggo (Jurusan Banyuwangi – Yogyakarta)

Rifan Firdaus¹, Mohammad Saiful Bahri², Khusnik Hudzafidah³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Panca Marga, Indonesia

E-mail: rifanfirdaus78@gmail.com¹, saiful.bahri@upm.ac.id², khusnik@upm.ac.id³

Article History:

Received: 25 November 2025

Revised: 29 Januari 2026

Accepted: 01 Maret 2026

Keywords: *Timeliness, Service Quality, Facilities and Customer Satisfaction*

Abstract: *The purpose of this study is to examine the influence of punctuality, service quality, and facilities on customer satisfaction at PT. Andry Febiola Transportasi, Probolinggo Regency. This research method uses a quantitative research method with a causal relationship. The number of samples used was 150 respondents. Using the SmartPLS 4.0 application, which consists of two models, namely the evaluation of the measurement model (outer model) and the evaluation of the structural model (inner model). The results of the study are as follows: 1). Punctuality has a significant effect on customer satisfaction at PT. Andry Febiola Transportasi, Probolinggo Regency. 2). Service quality has a significant effect on customer satisfaction at PT. Andry Febiola Transportasi, Probolinggo Regency. 3). Facilities have a significant effect on customer satisfaction at PT. Andry Febiola Transportasi, Probolinggo Regency.*

PENDAHULUAN

Dengan seiring berkembangnya teknologi dan transportasi serta semakin majunya tingkat kehidupan masyarakat, maka pemenuhan kebutuhan efisien pun menjadi suatu pilihan saat ini dan masa depan. Hal inilah yang menjadi sebuah tantangan bagi perusahaan untuk mengembangkan sarana dan prasarana yang telah ada menjadi lebih efektif dan efisien sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Salah satunya yakni kebutuhan jasa transportasi, dengan meningkatnya jumlah penduduk menyebabkan permintaan masyarakat akan semakin besar dengan jasa transportasi. Semakin pesatnya perkembangan sarana transportasi yakni menjadikan transportasi tidak dapat dipisahkan dan selalu dibutuhkan oleh manusia.

Industri jasa transportasi menjadi sektor yang menarik untuk diamati karena sebagian besar masyarakat menggunakan transportasi baik untuk keperluan bisnis maupun untuk kepentingan lainnya. Betapa besarnya peranan transportasi bagi kehidupan manusia sehingga bisnis di bidang jasa transportasi semakin meningkat. Yang tentunya akan menambah peranan penting bahwa transportasi memang sangat dibutuhkan. Dari hasil survei dilihat bahwa Transportasi darat, khususnya layanan bus antarkota antarprovinsi (AKAP), masih menjadi pilihan utama bagi masyarakat yang melakukan perjalanan jarak jauh, termasuk rute

Banyuwangi–Yogyakarta. Salah satu penyedia layanan AKAP yang cukup dikenal di wilayah Jawa Timur adalah PT. Andry Febiola Transportasi yang dalam beberapa tahun terakhir mengembangkan trayek Banyuwangi - Yogyakarta dengan armada yang diklaim modern dan berfasilitas lengkap.

Namun, berdasarkan berbagai ulasan penumpang dan pantauan di lapangan, terdapat fenomena keterlambatan yang masih sering terjadi, baik pada saat keberangkatan maupun kedatangan bus. Ketepatan waktu adalah elemen penting dalam operasional transportasi karena menyangkut perencanaan aktivitas penumpang, kenyamanan, serta persepsi terhadap profesionalisme penyedia jasa. Keterlambatan yang berulang tidak hanya menyebabkan ketidaknyamanan, tetapi juga dapat mengurangi tingkat kepercayaan konsumen terhadap operator bus. Trayek Banyuwangi–Yogyakarta adalah rute dengan jarak tempuh panjang dan waktu perjalanan lebih dari 12 jam, yang secara otomatis membuat kenyamanan dan kepuasan konsumen sangat tergantung pada kombinasi ketepatan waktu, pelayanan awak bus, dan kelengkapan fasilitas. Oleh karena itu, pelayanan yang konsisten dan tepat waktu sangat dibutuhkan untuk menjaga loyalitas pelanggan. Fenomena-fenomena tersebut menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut, karena berpengaruh langsung terhadap kepuasan dan keputusan konsumen dalam memilih atau tidak memilih layanan PT. Andry Febiola Transportasi khususnya pada Trayek Bus Banyuwangi – Yogyakarta untuk perjalanan berikutnya.

LANDASAN TEORI

Ketepatan Waktu

Menurut Ahren (Thasyaif Azizah, 2023, p. 5) memberikan definisi “ketepatan waktu merupakan salah satu indikator penting dalam sektor transportasi, kemampuan operator dalam memberikan pelayanan transportasi tepat waktu (sampai dengan tujuan akhir) sesuai dengan jadwal yang ditetapkan, merupakan indikator dari ketepatan waktu”.

Kualitas Pelayanan

Menurut Rahayu (Wahyuni Nasution & Ayu Nofirda, 2023, p. 372) “Kualitas layanan merupakan hasil pengamatan pelanggan dengan membandingkan antara harapan pelanggan dengan kinerja layanan yang pelanggan terima dan pengalaman layanan yang pernah diterima”.

Fasilitas

Menurut Tjiptono (Lumempow et al., 2023, p. 4) “Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung”.

Kepuasan Konsumen

Menurut Irwansyah & Mappadeceng (Bali, 2022, p. 3) “Kepuasan konsumen merupakan tingkat dasar perasaan konsumen dari suatu pelayanan ataupun kualitas produk yang telah didapatkan dengan membandingkan antara apa yang diterima dan harapan yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan konsumen”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan hubungan kausal. Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono,

2023, p. 16–17). Sedangkan penelitian dengan hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat antara variabel *independent* (variabel yang mempengaruhi) dan *dependen* (dipengaruhi) (Sugiyono, 2023, p. 66).

Dengan adanya populasi dapat menentukan besarnya jumlah sampel yang akan digunakan sebagai responden. Populasi pada penelitian ini adalah semua konsumen atau penumpang pada PT. Andry Febiola Transportasi Kabupaten Probolinggo (Jurusan Banyuwangi – Yogyakarta) pada bulan September – November 2025 yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu rumus Hair karena populasi diatas memiliki jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Jumlah sampel adalah jumlah indikator dikali lima (5). Berdasarkan rumus yang telah digunakan oleh peneliti maka jumlah responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 150 responden.

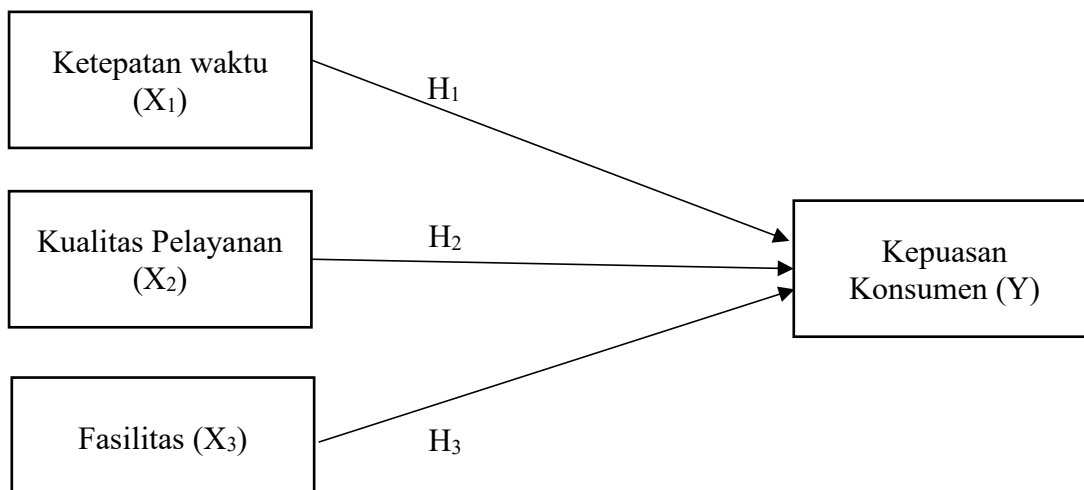
Tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian wawancara, kuesioner dan dokumentasi. Pada penelitian ini memakai skala pengukuran instrument yaitu skala *Likert*. Jawaban atau respons dapat dibuat dan dievaluasi sesuai dengan kriteria berikut: 1 (TS), 2 (KS), 3 (N), 4 (S), dan 5 (SS). Hal ini merupakan prasyarat untuk analisis kuantitatif. *Skala likert* pada instrumen penelitian dapat dibuat dengan bentuk *checklist*.

Tabel 1. Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Indikator
Ketepatan Waktu (X^1)	1. Ketepatan waktu kedatangan bus 2. Ketepatan waktu keberangkatan 3. Ketepatan waktu berhenti diterminal tujuan
Kualitas Pelayanan (X^2)	1. Wujud Fisik 2. Keandalan Atau <i>Reliability</i> 3. Daya Tangkap Atau <i>Responsiveness</i> 4. Jaminan Atau Assurance 5. Empati
Fasilitas (X^3)	1. Kondisi Fasilitas 2. Kelengkapan 3. Desain Interior 4. Desain Eksterior
Kepuasan Konsumen (Y)	1. Kesesuaian dengan harapan. 2. Minat untuk berkunjung kembali. 3. Kesiediaan merekomendasikan pada konsumen lainnya.

Sumber : Kajian Pustaka, 2025

Gambar berikut mengilustrasikan kerangka berpikir peneliti :



Gambar 1: Kerangka Berpikir Diolah Tahun 2025

Sumber : (Putra & Bahrin, 2023), (Attamimi et al., 2020), (Handoko, 2017), (Lumempow et al., 2023)

Berdasarkan pernyataan diatas, maka diberikan suatu hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari penelitian ini antara lain, yaitu :

H₁: Ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Andry Febiola Transportasi.

H₂: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Andry Febiola Transportasi.

H₃: Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen PT. Andry Febiola Transportasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Karakteristik Responden

Dihasilkan oleh 150 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini yaitu perempuan 34% dan laki-laki 66% dalam sampel. Berdasarkan umur mayoritas responden berusia antara 36-50 tahun sebanyak 44%. Berdasarkan tingkat pendidikan, 33% responden merupakan lulusan SMK/SMA/MA. Dari segi domisili kelompok responden terbesar jember sebanyak 45%,

Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian

Berdasarkan hasil dari kuesioner yang diberikan kepada responden sampai dengan 150 terlihat jawaban terhadap variabel. Variabel tersebut meliputi penilaian responden terhadap variabel ketepatan waktu yang 49% menyatakan sangat setuju, variabel kualitas pelayanan yang 53% menyatakan sangat setuju, variabel fasilitas yang 54% menyatakan sangat setuju, dan variabel kepuasan konsumen yang 54% menyatakan sangat setuju.

Evaluasi Model Pengukuran Uji Validitas *Convergent*

Nilai *AVE* harus $> 0,5$ dan nilai faktor pemuatan $> 0,7$. Jika *outer loading* $< 0,7$, item harus dihilangkan dari model tersebut.

Tabel 2. *Convergent Validity*

Variabel	Indikator	Loading Factor	Standart	Keterangan
Ketepatan waktu	X1.1	0.810	$> 0,7$	Valid
	X1.2	0.842	$> 0,7$	Valid
	X1.3	0.807	$> 0,7$	Valid
	X1.4	0.854	$> 0,7$	Valid
	X1.5	0.841	$> 0,7$	Valid
	X1.6	0.832	$> 0,7$	Valid
Kualitas pelayanan	X2.1	0.817	$> 0,7$	Valid
	X2.2	0.864	$> 0,7$	Valid
	X2.3	0.819	$> 0,7$	Valid
	X2.4	0.908	$> 0,7$	Valid
	X2.5	0.869	$> 0,7$	Valid
	X2.6	0.838	$> 0,7$	Valid
	X2.7	0.835	$> 0,7$	Valid
	X2.8	0.826	$> 0,7$	Valid
	X2.9	0.866	$> 0,7$	Valid
	X2.10	0,857	$> 0,7$	Valid
Fasilitas	X3.1	0.875	$> 0,7$	Valid
	X3.2	0.766	$> 0,7$	Valid
	X3.3	0.827	$> 0,7$	Valid
	X3.4	0.838	$> 0,7$	Valid
	X3.5	0.892	$> 0,7$	Valid
	X3.6	0.787	$> 0,7$	Valid
	X3.7	0.757	$> 0,7$	Valid
	X3.8	0.881	$> 0,7$	Valid
Kepuasan konsumen	Y1	0.889	$> 0,7$	Valid
	Y2	0.855	$> 0,7$	Valid
	Y3	0.892	$> 0,7$	Valid
	Y4	0.840	$> 0,7$	Valid
	Y5	0.876	$> 0,7$	Valid
	Y6	0.904	$> 0,7$	Valid

Sumber : *Output* Olah Smart PLS 2025

Pada tabel 2 diatas, semua nilai faktor pemuatan untuk ketepatan waktu , kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan konsumen ditunjukkan dalam tabel di atas menghasilkan nilai diatas 0,7. Oleh karena itu, dapat ditunjukkan bahwa telah memenuhi syarat validitas *convergent* karena semua indikator variabel valid.

Tabel 3. Hasil Average Variance Extracted

Variabel	(AVE)	Standart	Keterangan
Ketepatan waktu (X_1).	0.691	> 0.5	Valid
Kualitas pelayanan (X_2).	0.723	> 0.5	Valid
Fasilitas (X_3)	0.688	> 0.5	Valid
Kepuasan konsumen (Y).	0.768	> 0.5	Valid

Sumber : *Output* Olah Smart PLS 2025

Pada tabel 3 diatas, terlihat semua variabel mempunyai nilai AVE > 0.5 maka dapat dinyatakan seluruh variabel valid dan telah memenuhi dengan syarat uji validitas *convergent*.

Descriminant Validity

Setiap indikator dapat dianggap sah jika nilai *cross loading* > 0,7. Meskipun demikian, jika nilai *cross loading* pada setiap indkator lebih besar daripada nilai variabel lainnya, nilai tersebut dapat dianggap sah dan telah memenuhi persyaratan validitas diskriminan.

Tabel 4. Hasil *Output Cross Loading*

Indikator	Variabel			
	Ketepatan Waktu (X_1)	Kualitas Pelayanan (X_2)	Fasilitas (X_3)	Kepuasan Konsumen (Y)
X1.1	0.810	0.662	0.661	0.686
X1.2	0.842	0.709	0.733	0.702
X1.3	0.807	0.697	0.697	0.703
X1.4	0.854	0.696	0.698	0.773
X1.5	0.841	0.775	0.798	0.782
X1.6	0.832	0.698	0.727	0.701
X2.1	0.683	0.817	0.691	0.729
X2.2	0.715	0.864	0.792	0.773
X2.3	0.684	0.819	0.745	0.756
X2.4	0.747	0.908	0.850	0.854
X2.5	0.828	0.869	0.843	0.836
X2.6	0.701	0.838	0.741	0.756
X2.7	0.709	0.835	0.739	0.779
X2.8	0.671	0.826	0.783	0.779
X2.9	0.787	0.866	0.859	0.854
X2.10	0.695	0.857	0.834	0.793

Indikator	Variabel			
	Ketepatan Waktu (X1)	Kualitas Pelayanan (X2)	Fasilitas (X3)	Kepuasan Konsumen (Y)
X3.1	0.714	0.864	0.875	0.795
X3.2	0.660	0.732	0.766	0.743
X3.3	0.686	0.757	0.827	0.721
X3.4	0.681	0.797	0.838	0.751
X3.5	0.742	0.857	0.892	0.880
X3.6	0.708	0.640	0.787	0.755
X3.7	0.716	0.687	0.757	0.689
X3.8	0.832	0.806	0.881	0.850
Y1	0.840	0.822	0.816	0.889
Y2	0.716	0.756	0.785	0.855
Y3	0.754	0.867	0.785	0.892
Y4	0.733	0.749	0.775	0.840
Y5	0.726	0.849	0.852	0.876
Y6	0.818	0.850	0.900	0.904

Sumber : *Output* Olah Smart PLS 2025

Pada tabel 4, terlihat adanya masing-masing indikator yang berada pada variabel laten mempunyai pembeda dengan indikator variabel lain, yang diperlihatkan dengan nilai *cross loading* lebih besar pada konstruksya sendiri. Dimana hal ini menyatakan bahwa indikator dikatakan valid dan memenuhi serta sudah sesuai dengan syarat *discriminant validity*.

Composite Reliability

Composite reliability dan *alpha cronbach* dapat digunakan untuk mengukur uji keandalan. Dalam pengujian keandalan, *alpha cronbach* biasanya menghasilkan nilai rendah > 0,7

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keandalan Komposit (rho_a)	Keandalan Komposit (rho_c)	Keterangan
Ketepatan waktu X ₁	0.910	0.912	0.931	Reliabel
Kualitas pelayanan X ₂	0.957	0.958	0.963	Reliabel
Fasilitas X ₃	0.934	0.938	0.946	Reliabel
Kepuasan konsumen Y	0.939	0.941	0.952	Reliabel

Sumber : *Output* Olah Smart PLS 2025

Tabel 5, menunjukkan bahwa nilai reliabilitas komposit untuk Ketepatan waktu , kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan konsumen semuanya > 0,7. Dengan itu, bisa diklaim bahwa variabel independen memenuhi persyaratan pengujian reliabilitas atau dapat diandalkan.

Evaluasi Model Struktural***R-Square* (R^2)**

Model dengan nilai R^2 sebesar 0,67 dikategorikan (kuat), 0,33 (sedang), dan 0,19 (lemah).

Tabel 6. Nilai *R-Square* (R^2)

Variabel	R-square
Kepuasan Konsumen	0.912

Sumber : *Output* Olah Smart PLS 2025

Pada tabel 6 diatas, nilai R^2 jalur kepuasan konsumen adalah 0.912. artinya kemampuan variabel ketepatan waktu, kualitas pelayanan, dan fasilitas dalam menjelaskan kepuasan konsumen adalah sebesar 91,2% dan sisanya 8,8% dipengaruhi oleh faktor diluar penelitian yang tidak tercakup, dengan demikian model ini tergolong kuat.

***Q-Square* (Q^2)**

Apabila nilai dari $Q^2 > 0$, dinyatakan bahwa model tersebut relevan untuk prediktif dan sebaliknya maka tidak memiliki relevansi prediktif.

Tabel 7. Nilai *Q-Square* (Q^2)

Variabel	Q^2 prediksi
Kepuasan Konsumen	0.900

Sumber : *Output* Olah Smart PLS 2025

Pada tabel 7, menunjukkan bahwa nilai *predictive relevance* adalah 0,900 atau 90,0%, berdasarkan hasil uji Q^2 di atas, yang memiliki nilai $Q^2 > 0$. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa model tersebut dapat digunakan untuk pengujian hipotesis dan memiliki nilai prediktif baik.

Hasil Pengujian Hipotesis**Tabel 8.** Hasil *Output* *Bostraping*

Variabel	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik (O/STDE)	Nilai P(P values)
Ketepatan Waktu -> Kepuasan Konsumen	0.177	0.192	0.083	2.150	0.016
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Konsumen	0.397	0.383	0.115	3.462	0.000
Fasilitas -> Kepuasan Konsumen	0.414	0.414	0.091	4.560	0.000

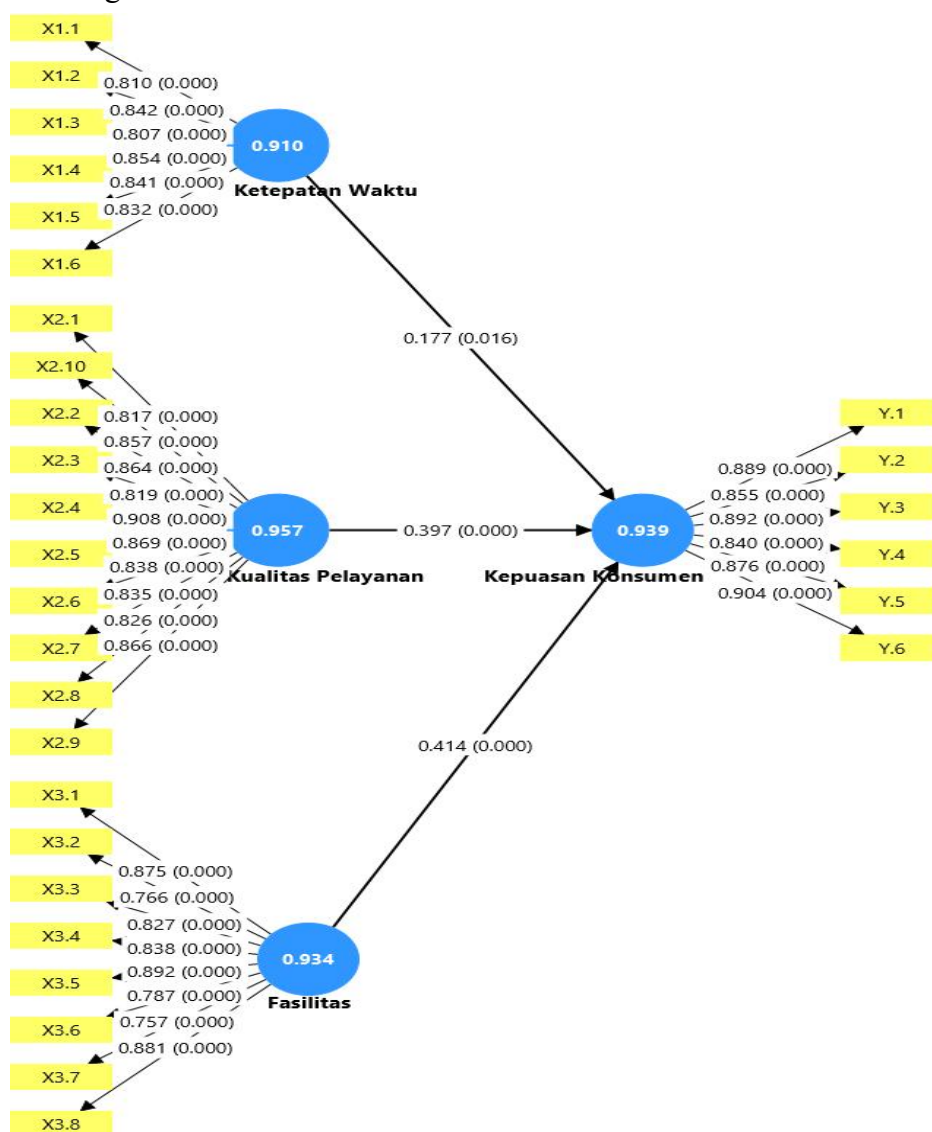
Sumber : *Output* Olah Smart PLS 2025

Pada tabel 8 diatas terlihat bahwa ketepatan waktu mempengaruhi secara signifikan

terhadap kepuasan konsumen. Nilai sampel asli (0,177), nilai t-statistik (2,150 > 1,96), P value (0,016 < 0,05). Kualitas pelayanan mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Diperoleh nilai sampel original (0,397), nilai P value (0,000 < 0,05), t-statistik (3,462 > 1,96). Maka dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi secara signifikan dengan kualitas pelayanan. Ada pengaruh besar antara fasilitas untuk kepuasan konsumen. Menunjukkan nilai sampel asli (0,414), t-statistik (4,560 > 1,96), P value (0,000 < 0,05) yang diperoleh dari uji hipotesis.

Hasil Kerangka Berpikir

Adapun hasil kerangka berpikir yang digunakan oleh peneliti diperoleh menggunakan *SmartPLS 4.0* sebagai berikut:



Gambar 2 : Hasil Kerangka Berfikir (*Boostrepping*)

Sumber : *Output Olah Smart PLS 2025*

Pembahasan

Pengaruh Ketepatan waktu Terhadap Kepuasan konsumen

Uji hipotesis memperlihatkan ada pengaruh antara kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh ketepatan waktu. Ketepatan waktu yang dimiliki oleh PT. Andry Febiola Transportasi Kabupaten Probolinggo sudah sesuai dengan harapan konsumen sehingga para konsumen tidak lagi lama dalam hal menunggu bus di terminal. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Attamimi et al., 2020, p. 38) mengatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di JNE Kota Malang. Dan hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Dikaprio dkk, 2020, p. 292) yang menyatakan jika Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE.

Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil uji hipotesis memperlihatkan kualitas pelayanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen. kualitas pelayanan pada PT. Andry Febiola Transportasi Kabupaten Probolinggo sudah sesuai dan nyaman untuk diterima oleh para konsumen. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Handoko, 2017, p. 71) dimana hasil penelitiannya menyimpulkan jika Terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen di PT Maxim Houseware Indonesia Medan. Dan penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Prasetyo et al., 2021) yang mengatakan jika Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan, fasilitas, dan persepsi harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen barbershop pojor Yogyakarta.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan *output* uji hipotesis, ada pengaruh besar pada variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Fasilitas yang diberikan oleh bus PT. Andry Febiola Transportasi sudah standar SOP dan memadai sehingga hal itu sudah sesuai dengan harapan para konsumen.. Temuan dipertegas oleh (Lumempow et al., 2023, p. 9) Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel fasilitas dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen di Swiss Belhotel Maleosan Manado. Dan hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Putra & Bahrin, 2023, p. 50) yang menyatakan jika fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia di Kota Bengkulu.

KESIMPULAN

1. Ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Andry Febiola Transportasi Kabupaten Probolinggo.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Andry Febiola Transportasi Kabupaten Probolinggo.
3. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Andry Febiola Transportasi Kabupaten Probolinggo.

Saran

Bagi peneliti selanjutnya yang terdorong untuk melakukan penelitian sejenis diharapkan untuk memperluas jangkauan permasalahan yang terjadi seperti Ketepatan waktu, kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan konsumen pada PT. Andry Febiola Transportasi Kabupaten

Probolinggo atau dengan objek yang berbeda serta menggunakan variabel lain dalam penelitiannya

DAFTAR REFERENSI

- 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*, 2010, 27–39.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Dikaprio dkk. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE. *Journal Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 278–293.
- 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>
- Lumempow, R. K., Worang, F. G., & Gunawan, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swiss Bel Hotel Maleosan Manado. *Jurnal EMBA*, 11(1), 1–11.
- Prasetyo, M. D., Susanto, S., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 23–32. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.427>
- Putra, K. G., & Bahrin, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Pos Indonesia). *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 4(1), 44–51. <https://doi.org/10.61567/jmmib.v4i1.156>
- Putra, K. G., & Bahrin, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Pos Indonesia). *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 4(1), 44–51. <https://doi.org/10.61567/jmmib.v4i1.156>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Thasyaif Azizah,. (2023). Pengaruh Fasilitas, Ketepatan Waktu dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Bus Efisiensi di Kabupaten Kebumen. Universitas Putra Bangsa.
- Wahyuni Nasution, S., & Ayu Nofirda, F. (2023). Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pekanbaru (Studi Kasus Pada J&T Express Payung Sekaki). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 337–347.