



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER RATING* DAN KETEPATAN
WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAN JASA
PENGIRIMAN BARANG**

(Studi Kasus *J&T Express* di Jakarta Timur)



DALILAH HASANAH

NIM 2105421022

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2025

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, pennisan laporan, pennisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



ABSTRAK

DALILAH HASANAH. Pengaruh *Online Customer Rating* dan Ketepatan Waktu terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus J&T Express di Jakarta Timur). Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta. 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *online customer rating* dan ketepatan waktu terhadap keputusan pembelian jasa pengiriman barang J&T Express. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* dan melibatkan 100 responden masyarakat di wilayah Jakarta Timur. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dokumentasi, dan pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *online customer rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $t\text{-hitung sebesar } 5,766 > t\text{-tabel } 1,984$. Begitu pula dengan variabel ketepatan waktu yang berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $t\text{-hitung sebesar } 6,199 > t\text{-tabel } 1,984$. Secara simultan, kedua variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $F\text{-hitung sebesar } 82,396 > F\text{-tabel } 3,09$. Nilai R-Square sebesar 0,631 mengindikasikan bahwa 63,1% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya 36,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: *online customer rating*, ketepatan waktu, keputusan pembelian, j&t Express, pengiriman barang.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



ABSTRACT

DALILAH HASANAH. *The Influence of Online Customer Rating and Delivery Timeliness on Purchasing Decisions of J&T Express Shipping Services (Study Case J&T Express in East Jakarta)*. Applied Business Administration Study Program, Department of Commercial Administration, Politeknik Negeri Jakarta. 2025.

This research aims to examine the influence of online customer ratings and delivery timeliness on the purchasing decisions of J&T Express shipping services. The study applies a quantitative approach using causal associative research. The sampling method used non-probability sampling with purposive sampling, involving 100 community respondents in East Jakarta area. Data was collected using questionnaires and documentation, and processed with IBM SPSS Statistics version 26. The results indicate that the online customer rating variable has a positive and significant effect on purchasing decisions, with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a t -statistic of $5.766 > t$ -table 1.984. Likewise, delivery timeliness has a positive and significant effect, with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a t -statistic of $6.199 > t$ -table 1.984. Simultaneously, both variables significantly influence purchasing decisions, as shown by a significance value of 0.000 and an F -statistic of $82.396 > F$ -table 3.09. The R -Square value of 0.631 indicates that 63.1% of the variance in purchasing decisions is explained by these two variables, while the remaining 36.9% is influenced by other factors not analyzed in this study.

Keywords: *online customer rating, timeliness, purchasing decision, j&t Express, delivery of goods.*

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| ABSTRAK | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iv |
| PERYATAAN ORSINALITAS | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 13 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 13 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 13 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 14 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 15 |
| 2.1 Kerangka Teori..... | 15 |
| 2.1.1 <i>Online Customer Rating</i> | 15 |
| 2.1.2 Ketepatan Waktu Pengiriman | 17 |
| 2.1.3 Keputusan Penggunaan Jasa | 19 |
| 2.1.4 Perilaku Konsumen | 23 |
| 2.2 Hasil Penelitian/Jurnal yang Relevan | 25 |
| 2.3 Deskripsi Konseptual | 29 |
| 2.4 Perumusan Hipotesis | 29 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 31 |
| 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian | 31 |



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

| | | |
|--|---|-----------|
| 3.1.1 | Waktu Penelitian | 31 |
| 3.1.2 | Tempat Penelitian..... | 31 |
| 3.2 | Metode Penelitian..... | 32 |
| 3.2.1 | Populasi dan Sampel | 33 |
| 3.2.2 | Teknik Pengumpulan Data..... | 35 |
| 3.2.3 | Teknik Pengolahan Data | 42 |
| 3.2.4 | Teknik Analisis Data..... | 42 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 46 |
| 4.1 | Hasil Rekapitulasi Data | 46 |
| 4.1.1 | Hasil Penyebaran Kuesioner | 46 |
| 4.1.2 | Hasil Uji Instrumen (<i>Pre-Test</i>)..... | 46 |
| 4.2 | Karakteristik Responden | 49 |
| 4.3 | Hasil Analisis Data | 51 |
| 4.3.1 | Data Responden Berdasarkan Variabel Penelitian..... | 51 |
| 4.3.2 | Hasil Analisis <i>Outer Model</i> | 60 |
| 4.3.3 | Hasil Analisis <i>Inner Model</i> | 65 |
| 4.3.4 | Pengujian Hipotesis (<i>Boostraping</i>)..... | 67 |
| 4.3.5 | Hasil Model Pengukuran..... | 69 |
| 4.4 | Pembahasan | 71 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 74 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 74 |
| 5.2 | Saran..... | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 77 |
| DAFTAR LAMPIRAN | | 80 |



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia..... | 1 |
| Gambar 1.2 Proyeksi Negara Pertumbuhan <i>E-Commerce</i> Tahun 2024..... | 2 |
| Gambar 1.3 Top Brand Index Penyedia Jasa Kurir di Indonesia Tahun 2024..... | 3 |
| Gambar 1.4 Logo <i>J&T Express</i> | 4 |
| Gambar 1.5 Distribusi Usia Pengguna <i>J&T Express</i> | 4 |
| Gambar 1.6 <i>Online Customer Rating</i> Pengguna <i>J&T Express</i> 2021- 2024..... | 6 |
| Gambar 1.7 Keluhan Pelanggan Jasa Ekspedisi <i>J&T Express</i> | 7 |
| Gambar 1.8 Keluhan Pelanggan Keterlambatan Waktu Pengiriman | 10 |
| Gambar 2.1 Deskripsi Konseptual | 29 |





DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Layanan dan Estimasi Waktu Pengiriman J&T | 8 |
| Tabel 1. 2 Jumlah Penduduk WNI di Jakarta Semester 2 Tahun 2024..... | 11 |
| Tabel 2.1 Hasil Penelitian/ Jurnal Relevan | 26 |
| Tabel 3.1 Waktu Penelitian | 31 |
| Tabel 3.2 Persebaran Sampel di Wilayah Jakarta Timur | 34 |
| Tabel 3.3 Operasional Variabel Independen dan Dependen | 37 |
| Tabel 3.4 Skor Jawaban Kuesioner Berdasarkan Skala Likert | 39 |
| Tabel 3.5 Instrumen Pengukur | 40 |
| Tabel 4.1 Tahap Penyebaran Kuesioner..... | 46 |
| Tabel 4. 2 Nilai <i>Outer Loadings</i> Uji Instrumen <i>Pre-Test</i> | 47 |
| Tabel 4.3 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE) Pre-Test</i> | 48 |
| Tabel 4.4 Usia Responden..... | 49 |
| Tabel 4.5 Jenis Kelamin Responden | 49 |
| Tabel 4.6 Domisili Responden | 50 |
| Tabel 4.7 Frekuensi Pengguna | 50 |
| Tabel 4.8 Skoring Variabel <i>Online Customer Rating (X1)</i> | 51 |
| Tabel 4.9 Skoring Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) | 53 |
| Tabel 4.10 Skoring Variabel Keputusan Penggunaan Jasa (Y) | 56 |
| Tabel 4.11 <i>Outer Loading</i> | 60 |
| Tabel 4.12 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 61 |
| Tabel 4.13 <i>Cross Loading</i> | 62 |
| Tabel 4.14 HTMT | 64 |
| Tabel 4.15 <i>Fornel-Larcker</i> | 64 |
| Tabel 4.16 Uji Reabilitas..... | 65 |
| Tabel 4.17 R-Square (R2) | 66 |
| Tabel 4.18 F- <i>Square (Effect Size)</i> | 67 |
| Tabel 4.19 Pengujian Hipotesis <i>Boostraping</i> | 67 |
| Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis | 68 |
| Tabel 4.21 Hasil Hipotesis Penelitian | 72 |

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Lembar Kuesioner | 80 |
| Lampiran 2 Pernyataan Instrumen Sebelum di Eliminasi..... | 81 |
| Lampiran 3 Pernyataan Instrumen Sesudah di Eliminasi | 84 |
| Lampiran 4 Data Tabulasi Pre- Test Variabel <i>Online Customer Rating</i> (X1)..... | 87 |
| Lampiran 5 Data Tabulasi Pre- Test Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) | 88 |
| Lampiran 6 Data Tabulasi Pre- Test Variabel Keputusan Penggunaan Jasa (Y).. | 89 |
| Lampiran 7 Tabulasi Data Main Test <i>Online Customer Rating</i> (X1)..... | 91 |
| Lampiran 8 Tabulasi Data Main Test Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)..... | 94 |
| Lampiran 9 Tabulasi Data Main Test Keputusan Penggunaan Jasa (Y)..... | 97 |
| Lampiran 10 Lampiran Data Responden | 102 |
| Lampiran 11 <i>Curriculum Vitae</i> | 108 |



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

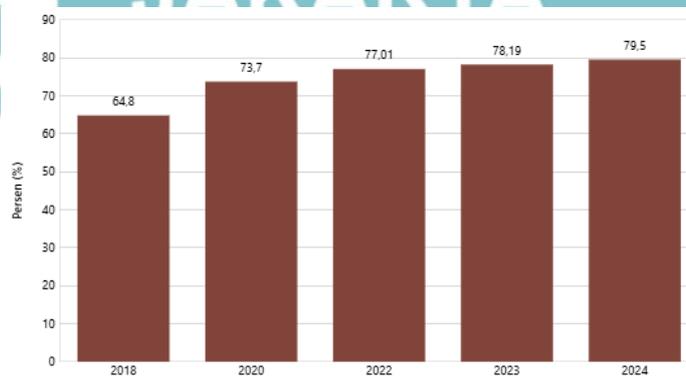
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa perubahan besar kepada masyarakat dalam mengakses informasi, berinteraksi, hingga melakukan kegiatan ekonomi. Salah satu indikator penting dari transformasi digital ini adalah tingkat penetrasi internet, yang mencerminkan seberapa luas masyarakat terkoneksi dengan jaringan digital. Menurut R. D. Nasution (2022), “Di era industri 4.0, internet kini tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, tetapi infrastruktur utama dalam mendukung aktivitas *e-commerce*, layanan digital, hingga distribusi logistik.”

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan layanan digital, tingkat penetrasi internet di Indonesia terus mengalami pertumbuhan signifikan. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.1 berdasarkan hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat penetrasi internet di Indonesia pada awal tahun 2024 tercatat sebesar 79,5% dari seluruh populasi. Angka ini setara dengan 221.563.479 pengguna internet dari total penduduk Indonesia yang mencapai 278.696.200 jiwa pada tahun 2023. Angka tersebut menunjukkan potensi besar bagi industri *e-commerce*, yang diperkirakan akan mencapai nilai transaksi Rp 1.550 triliun pada tahun 2025.



Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia

Sumber : Survei APJII, 2025



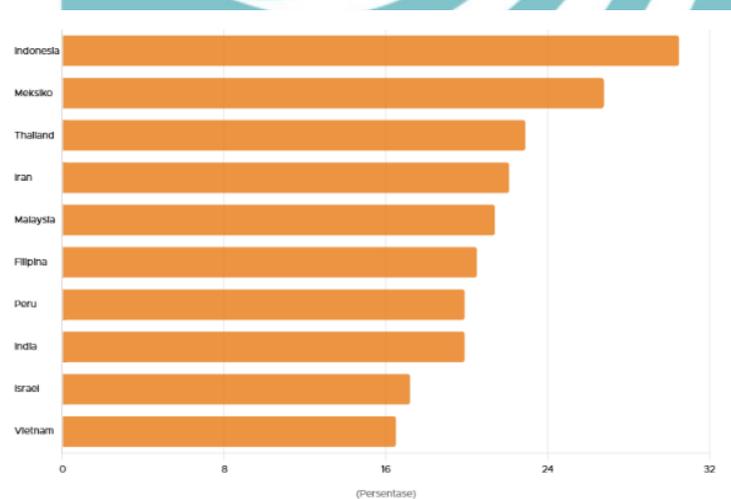
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, pennisan laporan, pennisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tren digitalisasi telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi ekonomi. Transformasi ini semakin terasa dengan berkembangnya *e-commerce*, yang kini menjadi salah satu sektor paling dinamis dan menjanjikan di dunia. Pandemi Covid-19 juga berperan sebagai akselerator yang mempercepat adopsi digital. Perilaku konsumen adalah faktor yang memengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan saat melakukan pembelian, selain itu perubahan perilaku konsumen ini memunculkan peluang sekaligus tantangan besar bagi pelaku industri, termasuk penyedia jasa pengiriman barang yang menjadi bagian penting dari rantai pasok digital (Purwinarti dkk. 2015)

Sementara itu, di berbagai negara mengalami lonjakan pesat dalam pertumbuhan *e-commerce*, dan Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan paling agresif. Berdasarkan data proyeksi pertumbuhan *e-commerce* tahun 2024.



Gambar 1.2 Proyeksi Negara Pertumbuhan *E-Commerce* Tahun 2024

Sumber: GoodStats, 2025

Merujuk data pada gambar 1.2 laporan *Global e-commerce Market 2024* menyebutkan pertumbuhan *e-commerce* global diperkirakan mencapai 10,4%. Indonesia tercatat sebagai negara dengan laju pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di dunia, yaitu sebesar 30,5%, hampir tiga kali lebih besar dibandingkan rata-rata pertumbuhan global pada tahun yang sama mengungguli negara-negara lain seperti



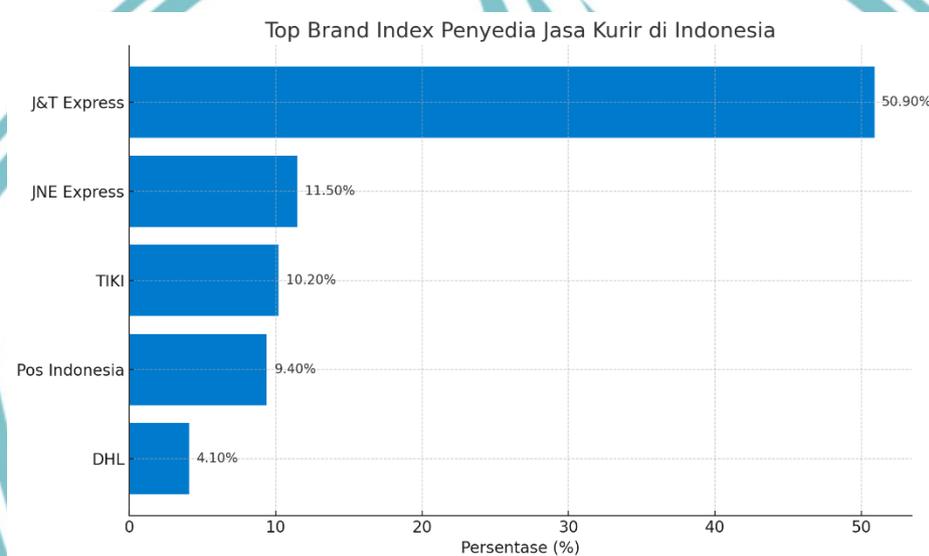
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Meksiko, Thailand, dan Iran. Hal ini menegaskan bahwa potensi pasar digital Indonesia sangat signifikan dan mengalami pertumbuhan yang berkelanjutan seiring berjalannya waktu., sehingga menciptakan permintaan yang tinggi terhadap layanan logistik yang cepat, tepat waktu, dan terpercaya.

Indikator keberhasilan branding ini tercermin dalam *Top Brand Index*, yang menunjukkan sejauh mana sebuah merek menempati posisi teratas dalam benak konsumen berdasarkan persepsi, loyalitas, dan tingkat penggunaan.



Gambar 1.3 Top Brand Index Penyedia Jasa Kurir di Indonesia Tahun 2024

Sumber: Top Brand Award, 2025

Menurut *Top Brand Index* Penyedia Jasa Kurir di Indonesia tahun 2024. Gambar 1.3 terlihat bahwa *J&T Express* berada pada posisi teratas dengan perolehan sebesar 50,90%. Angka ini menunjukkan dominasi yang sangat kuat dibandingkan dengan kompetitor lainnya, serta mencerminkan tingkat kepercayaan dan preferensi konsumen yang tinggi terhadap layanan yang ditawarkan oleh *J&T Express*. Keunggulan ini bisa jadi didukung oleh kecepatan pengiriman, cakupan wilayah yang luas, serta inovasi layanan digital yang memudahkan pelanggan. Di urutan kedua terdapat *JNE Express* dengan 11,50%, disusul oleh *TIKI* (10,20%), *Pos Indonesia* (9,40%), dan *DHL* (4,10%). Dominasi *J&T Express* ini menunjukkan adanya pergeseran preferensi konsumen dalam memilih jasa ekspedisi yang cepat,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

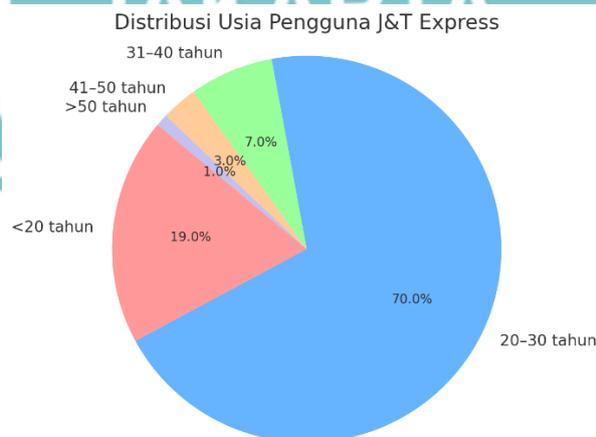
efisien, dan terintegrasi dengan *e-commerce*. Di sisi lain, *brand* lain perlu melakukan evaluasi strategi dan inovasi untuk meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah kompetisi pasar yang semakin ketat.



Gambar 1.4 Logo J&T Express

Sumber: J&T Express, 2025

J&T Express merupakan perusahaan jasa ekspedisi terkemuka di Indonesia, berfokus pada layanan pengiriman barang berbasis *e-commerce* yang didirikan pada tahun 2015. Melalui slogannya "*Express Your Online Business*", J&T mengukung layanan berbasis teknologi dengan sistem pelacakan *real-time*, aplikasi pengguna yang intuitif, dan dukungan layanan pelanggan yang terus aktif. Selain faktor pertumbuhan *e-commerce* dan dominasi merek dalam *Top Brand Index*, karakteristik demografis pengguna jasa ekspedisi juga menjadi aspek penting dalam memahami keputusan konsumen.



Gambar 1.5 Distribusi Usia Pengguna J&T Express

Sumber: Survei Populix, 2025



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Distribusi usia pengguna jasa pengiriman J&T *Express* memperlihatkan pola yang sangat dominan pada kelompok usia muda. Berdasarkan data yang ditampilkan melalui gambar 1.5, diketahui bahwa kelompok usia 20–30 tahun merupakan pengguna terbanyak dengan persentase mencapai 70%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen J&T *Express* adalah generasi muda yang aktif, adaptif terhadap teknologi, serta akrab dengan budaya belanja daring. Selain itu, kelompok usia di bawah 20 tahun juga mencatatkan angka yang cukup signifikan, yaitu sebesar 19%. Ini menggambarkan bahwa tren penggunaan jasa ekspedisi telah merambah ke kalangan remaja, yang seiring dengan perkembangan e-commerce, mulai aktif melakukan transaksi *online* secara mandiri. Sementara itu, kelompok usia 31–40 tahun menyumbang sebesar 7% dari total pengguna. Walaupun persentasenya lebih kecil dibandingkan kelompok muda, konsumen pada usia ini tetap penting karena umumnya memiliki daya beli yang lebih mapan. Adapun kelompok usia 41–50 tahun masing-masing tercatat sebesar 3% dan 1%, menunjukkan bahwa tingkat adopsi layanan ekspedisi berbasis teknologi di kalangan usia lebih tua masih tergolong rendah. Dengan demikian, faktor demografis seperti usia turut berperan dalam membentuk preferensi konsumen terhadap pilihan jasa pengiriman barang.

Berdasarkan referensi masyarakat untuk memilih jasa pengiriman barang, keputusan pembeli tidak hanya dipengaruhi oleh harga dan kecepatan pengiriman, tetapi juga oleh pengalaman dan kepuasan pelanggan sebelumnya. Menurut Ichsan, (2018) “*online customer rating* merupakan opini yang diberikan oleh konsumen dalam bentuk skala yang ditentukan, biasanya rating yang diterapkan oleh toko *online* yaitu dalam bentuk bintang, dimana lebih banyak bintang maka menunjukkan nilai yang lebih baik.” Penilaian atau ulasan konsumen menjadi salah satu indikator penting yang mencerminkan kualitas layanan suatu penyedia jasa ekspedisi. Oleh karena itu, *customer rating* yang diberikan secara *online* dari tahun ke tahun dapat menjadi tolok ukur yang menggambarkan seberapa baik perusahaan tersebut menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanannya di mata publik.

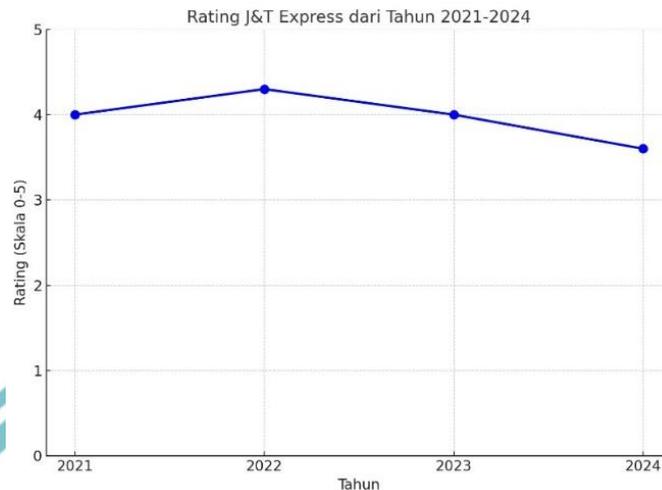
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1.6 Online Customer Rating Pengguna J&T Express 2021- 2024

Sumber: Google Play Store, Google Reviews, Marketplace Review, Lacako.com, 2025

Merujuk gambar grafik 1.6 menggambarkan perkembangan *rating* pelanggan *online* untuk J&T dari tahun 2021 hingga 2024. *Rating* ini diukur pada skala 1 hingga 5, yang menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Pada tahun 2021 J&T mendapat *rating* yang tinggi mencapai skala 4,0. Berbagai ulasan seperti layanan stabil namun adanya hambatan pada operasional pandemi *Covid-19*. Lalu pembatasan gudang dan pengantaran menyebabkan keterlambatan. *Customer Service* dianggap lamban dan pelacakan paket sering tidak akurat. Memasuki tahun 2022, terjadi peningkatan dalam *rating* mencapai 4,3 peningkatan terjadi signifikan dalam kepuasan pelanggan. Kebiasaan belanja *online* pasca *Covid-19* mendorong lonjakan penggunaan jasa kurir. Selain itu J&T meningkatkan sistem distribusi, aplikasi digital, dan layanan *pick-up*. Pada tahun 2023, *rating* mengalami penurunan mencapai 4,0, disebabkan penurunan kualitas pelayanan di beberapa cabang. Meski infrastruktur membaik, muncul keluhan dari pengguna *marketplace* tentang kurir yang sulit dihubungi, *overload* saat promo besar, dan keterlambatan. Data dari Lacako.com mencatat *rating* hanya 3,06 dari 5 pada ribuan ulasan. Ini menunjukkan ketidakkonsistenan pelayanan antar wilayah mulai memengaruhi persepsi pelanggan. Lalu memasuki tahun 2024, *rating* kembali turun mencapai 3,6 akibat komplain tinggi saat *flash sale* dan promo nasional. Banyak keluhan tentang keterlambatan, kurir tidak menghubungi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

penerima, serta *bug* dalam aplikasi terbaru. Meskipun aplikasi secara umum populer mendapatkan rating 4.5 di Play Store, ulasan negatif makin sering muncul dari pelanggan *marketplace* karena ketidaksesuaian jadwal dan *overload* logistik.

Dibalik kesuksesan sebagai jasa layanan pengiriman barang paling diminati konsumen pada pelaksanaan operasional sehari-hari, seringkali muncul berbagai tantangan yang dapat memengaruhi pengalaman pelanggan. Keluhan yang disampaikan oleh pelanggan seharusnya dilihat sebagai sinyal yang memberi gambaran mengenai aspek-aspek yang perlu diperbaiki. Menurut Tjiptono, (2019:474), “keluhan merupakan sikap seseorang yang tidak mendapat perlakuan sesuai atas keinginan yang menimbulkan kekecewaan.” Dengan demikian, sangat diperlukan untuk melakukan pengkajian terhadap data keluhan ini guna mengidentifikasi penyebab masalah dan menyusun langkah-langkah perbaikan yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan serta kepuasan pelanggan secara keseluruhan.



Gambar 1.7 Keluhan Pelanggan Jasa Ekspedisi J&T Express

Sumber : Play Store, 2025

Keluhan pelanggan jasa ekspedisi J&T Express. Gambar 1.7 mengungkapkan pengalaman buruk terhadap layanan J&T Express dianggap tidak profesional karena mengabaikan keluhan pelanggan. Pengalaman serupa juga dialami oleh Yunia Karisma Bintari, yang tiga bulan lalu melaporkan keterlambatan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pengiriman pakatnya. Menurutnya, barang yang telah tiba di ekspedisi sejak tanggal 17 belum juga dikirim hingga saat ini. Upaya untuk mengambil paket secara langsung berakhir dengan kekecewaan karena paket tidak ditemukan. Yunia juga menuding adanya kemalasan di antara kurir yang berimbas pada buruknya pelayanan dan juga berpotensi merusak reputasi perusahaan. Hingga berita ini diterbitkan, pihak *J&T Express* belum memberikan tanggapan resmi terkait berbagai keluhan tersebut. Sebagaimana dilansir laman Google Map, salah satu ulasan keras disampaikan pelanggan dengan akun Google Pippo Aja. Ia menyoroti ketidakprofesionalan pihak *J&T Express* dalam menangani keluhan terkait kurir yang bermasalah dan menyudutkan pelanggan dengan mengajak berdebat serta membela diri.

Kecepatan serta ketepatan layanan pengiriman menjadi faktor krusial yang menentukan dalam proses pengambilan keputusan dalam era belanja daring yang semakin berkembang. Pilihan terhadap jasa ekspedisi tidak hanya didasarkan pada biaya, tetapi juga pada estimasi waktu tiba dan jaminan keamanan paket. Menurut Dewantoro (2020), “Ketepatan waktu pengiriman merupakan jangka waktu ketika pelanggan memesan produk hingga produk tersebut dapat tiba di tangan pembeli.” Yang mana seluruh paket yang masuk pasti harus dikirim sesuai dengan jadwalnya. Adanya informasi mengenai jenis layanan dan estimasi waktu pengiriman menjadi pertimbangan utama yang memengaruhi tingkat kepercayaan dan loyalitas pelanggan serta menjadi langkah awal dalam menilai sejauh mana perusahaan ini mampu memenuhi harapan pasar.

Tabel 1.1 Layanan dan Estimasi Waktu Pengiriman J&T

| Layanan | Estimasi Pengiriman | Harga (JKT-TGR) | Keterangan |
|------------------------------|---------------------|--------------------|---|
| J&T Super | 1-3 hari | Rp. 15.000 | Layanan tercepat dengan cakupan terbatas di Jawa, Bali, Sumatera, Batam, Kalimantan, dan Sulawesi |
| J&T ECO (Ekonomi) | 5-14 hari | Rp. 9.000 | Layanan ekonomis dengan biaya lebih rendah, cocok untuk pengiriman yang tidak mendesak. |
| J&T EZ (Reguler) | 2-5 hari | Rp. 11.000 | Layanan reguler dengan jangkauan luas di seluruh Indonesia |
| J&T Doc | 1-3 hari | Rp5.000 (≤ 0,5 kg) | Berat maksimal 3 kg, termasuk asuransi hingga Rp250.000, |

Sumber: J&T, 2025



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Layanan dan estimasi waktu pengiriman yang di tawarkan oleh J&T menghadirkan berbagai jenis layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan baik dari sisi kecepatan, biaya, maupun jenis barang yang dikirim. Tabel 1.1 layanan J&T Super merupakan solusi pengiriman tercepat. Layanan ini cocok digunakan untuk pengiriman mendesak, seperti barang bernilai tinggi atau kebutuhan darurat. Namun, jangkauannya masih terbatas pada kota-kota besar dan rute tertentu. Berbeda dengan J&T Super, J&T EZ (Reguler) menawarkan keseimbangan antara harga dan kecepatan. Layanan ini menjadi pilihan utama masyarakat untuk pengiriman umum sehari-hari. Untuk pelanggan yang lebih mengutamakan efisiensi biaya, J&T menyediakan layanan J&T ECO (Ekonomi). Layanan ini ideal untuk pengiriman non-mendesak seperti barang grosiran atau promosi. Terakhir, layanan J&T DOC menjadi solusi khusus untuk pengiriman dokumen. Layanan ini tidak mendukung transaksi marketplace dan COD, namun sangat efisien untuk kebutuhan perkantoran, institusi, dan urusan administrasi.

Pelayanan yang ditawarkan mencerminkan fleksibilitas J&T *Express* dalam menjawab kebutuhan pasar yang beragam, mulai dari pengiriman cepat, murah, hingga aman untuk dokumen penting. Pelanggan dapat memilih layanan yang paling sesuai berdasarkan urgensi dan anggaran, dengan dukungan teknologi pelacakan yang memudahkan monitoring status paket secara *real-time*.

Menurut Kotler & Armstrong (2016), “Keputusan penggunaan jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.” Penelitian mengenai keputusan penggunaan jasa ekspedisi, ketepatan waktu pengiriman merupakan salah satu aspek krusial yang mendapat perhatian utama. Aspek ini berperan sebagai indikator penting dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan pengiriman barang. Namun, dalam praktiknya, masih banyak pelanggan yang menghadapi kendala terkait ketepatan waktu pengiriman. Seiring dengan meningkatnya volume pengiriman dan tingginya ekspektasi pelanggan, tantangan dalam menjaga kualitas layanan menjadi semakin kompleks. Ketika estimasi waktu pengiriman tidak terpenuhi, hal ini tidak hanya

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritikan atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

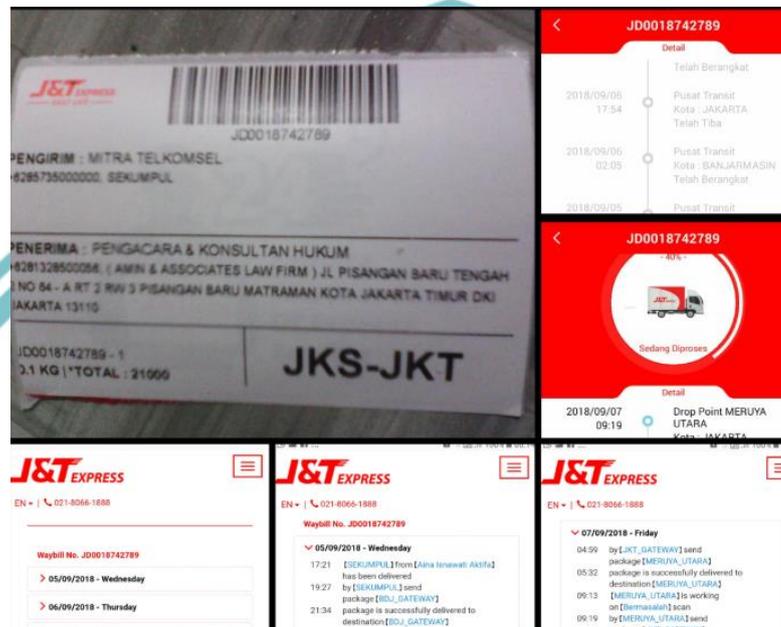


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

berdampak pada kepuasan, tetapi juga dapat mengganggu kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan kembali jasa pengiriman tersebut.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1.8 Keluhan Pelanggan Keterlambatan Waktu Pengiriman

Sumber: Fokusberita.id, 2025

Salah satu keluhan pelanggan terhadap layanan J&T *Express* pada gambar 1.8 menunjukkan adanya masalah serius dalam aspek ketepatan waktu pengiriman dan respons pelayanan konsumen. Keluhan yang dialami oleh Amin dari Jakarta Timur, menyoroti masalah keterlambatan pengiriman dan buruknya penanganan keluhan. Meskipun telah dilakukan konfirmasi, tanggapan yang diberikan dinilai tidak jelas dan cenderung birokratis. Hal ini mencerminkan lemahnya manajemen internal dan kurangnya profesionalisme dalam pelayanan. Masalah seperti ini berdampak langsung pada kepercayaan pelanggan dan menjadi faktor penting dalam keputusan penggunaan jasa ekspedisi, terutama di tengah meningkatnya kebutuhan pengiriman dalam bisnis *online*.

Kualitas layanan pengiriman, khususnya ketepatan waktu dan penanganan keluhan, merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap jasa ekspedisi. Kasus-kasus keterlambatan dan buruknya



respons terhadap keluhan, seperti yang terjadi pada pelanggan J&T *Express*, menunjukkan adanya kelemahan dalam manajemen pelayanan yang dapat merusak kepercayaan konsumen. Hal ini menjadi perhatian utama dalam penelitian mengenai keputusan pnggunaan jasa layanan ekspedisi.

Sebagai salah satu kawasan dengan tingkat aktivitas logistik yang tinggi. Jumlah penduduk yang besar secara langsung berdampak pada meningkatnya kebutuhan pengiriman barang, baik untuk kepentingan pribadi maupun bisnis. Memahami kondisi demografis Ibu Kota Jakarta menjadi langkah awal yang relevan dalam melihat sejauh mana layanan ekspedisi, seperti J&T *Express*, mampu memenuhi kebutuhan masyarakat di wilayah tersebut.

Tabel 1. 2 Jumlah Penduduk WNI di Jakarta Semester 2 Tahun 2024.

| Kab/Kota | Laki- Laki (Jiwa) | Perempuan (Jiwa) | Jumlah |
|--------------------|-------------------|------------------|-------------------|
| Jakarta Timur | 1.620.260 | 1.610.157 | 3.230.417 |
| Jakarta Selatan | 1.163.740 | 1.167.671 | 2.331.411 |
| Jakarta Pusat | 530.678 | 526.592 | 1.057.270 |
| Jakarta Utara | 921.931 | 910.101 | 1.832.032 |
| Jakarta Barat | 1.285.376 | 1.271.376 | 2.556.752 |
| DKI Jakarta | 5.521.985 | 5.485.897 | 11.007.882 |

Sumber: Dukcapil, 2025

Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di wilayah DKI Jakarta semester 2 tahun 2024, pada tabel 1.2 terlihat bahwa Jakarta Timur merupakan wilayah dengan populasi terbanyak dibandingkan wilayah lainnya. Jumlah penduduknya mencapai 3.230.417 jiwa, terdiri dari 1.620.260 laki-laki dan 1.610.157 perempuan. Disusul oleh Jakarta Barat dengan total 2.556.752 jiwa, kemudian Jakarta Selatan sebanyak 2.331.411 jiwa, Jakarta Utara sebanyak 1.832.032 jiwa, dan Jakarta Pusat dengan jumlah penduduk paling sedikit yaitu 1.057.270 jiwa. Secara keseluruhan, jumlah penduduk Provinsi DKI Jakarta tercatat sebanyak 11.007.882 jiwa, dengan distribusi yang hampir merata antara laki-laki 5.521.985 jiwa dan perempuan 5.485.897 jiwa. Data ini menunjukkan bahwa Jakarta Timur memiliki potensi pasar yang besar bagi layanan ekspedisi karena tingginya jumlah penduduk, yang dapat dikaitkan langsung dengan kebutuhan akan jasa pengiriman, baik untuk kebutuhan pribadi maupun kegiatan ekonomi seperti belanja daring dan usaha mikro.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritikan atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Pada penelitian yang dilakukan oleh Adirinarso (2023:104-16), dengan judul “Pengaruh *Online Customer Rating*, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi *Online Maxim* dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Pengguna Maxim di Bandar Lampung)”. Penelitian menemukan bahwa *online customer rating* merupakan faktor krusial dalam membentuk kepercayaan dan keputusan konsumen. Pelanggan cenderung memilih kembali jasa layanan transportasi yang sesuai keinginan. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Luluk (2023), dengan judul “Pengaruh Ketepatan Waktu dan Keamanan Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Ekspedisi dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada J&T *Express Drop Point* Jl. Gatot Subroto Pahoman Bandar Lampung)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan dalam melakukan pembelian konsumen di J&T. Penelitian ini berhasil mengungkap bahwa meningkatnya tingkat ketepatan waktu dan keamanan barang turut berkontribusi terhadap meningkatnya kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan pengiriman J&T *Express*.

Melihat fenomena yang telah dipaparkan khususnya J&T *Express*, perusahaan terus meningkatkan kinerja waktu pengiriman, karena keterlambatan dapat berdampak negatif terhadap citra merek dan loyalitas pelanggan. Untuk itu, dilakukan penelitian *Pengaruh Online Customer Rating dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus J&T Express di Jakarta Timur)*.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan pada bagian latar belakang, maka di bawah ini adalah gambaran identifikasi masalah yang akan dijelaskan lebih lanjut:

- a. Adanya ulasan negatif dan rating rendah dari pelanggan di platform e-commerce maupun media sosial.
- b. Banyaknya pelanggan yang mengeluhkan keterlambatan pengiriman, meskipun estimasi waktu telah ditentukan.
- c. Ketidaksesuaian antara harapan pelanggan berdasarkan rating/ estimasi dengan realisasi layanan di lapangan.
- d. Belum diketahui secara pasti sejauh mana customer rating dan ketepatan waktu pengiriman benar-benar memengaruhi keputusan konsumen untuk tetap menggunakan J&T sebagai pilihan ekspedisi.

1.3 Rumusan Masalah

Merujuk pada uraian yang disampaikan dalam latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

- a. Bagaimana *online customer rating* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman J&T *Express*?
- b. Bagaimana ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman J&T *Express*?
- c. Sejauh mana *online customer rating* dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang J&T *Express*?

1.4 Tujuan Penelitian

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

- a. Untuk mengetahui apakah *online customer rating* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pada jasa pengiriman barang J&T *Express*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- b. Untuk mengetahui apakah ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pada jasa pengiriman barang J&T *Express*.
- c. Untuk menganalisis sejauh mana *online customer rating* dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pada jasa pengiriman barang J&T *Express*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk banyak pihak diantaranya:

- a. Bagi penulis, penelitian bertujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan pada jasa pengiriman barang, seperti *online customer rating* dan ketepatan waktu pengiriman. Penelitian ini menjadi sarana untuk menghubungkan teori yang diperoleh selama perkuliahan sehingga dapat memperkuat pemahaman dan keahlian dalam bidang manajemen pemasaran.
- b. Bagi perusahaan, penelitian diharapkan menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan dalam aspek yang berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap rating layanan secara daring dan ketepatan waktu pengiriman. Serta memberikan masukan strategis dalam merumuskan kebijakan pemasaran dan operasional.
- c. Bagi mahasiswa, penelitian diharapkan menjadi referensi dan sumber inspirasi dalam pengembangan penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan pengaruh faktor eksternal terhadap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan. Serta membuka peluang bagi mahasiswa untuk mendalami topik-topik sejenis dalam konteks dunia usaha dan logistik.
- d. Bagi masyarakat, diharapkan memberikan pemahaman lebih bijak dan selektif dalam menentukan pilihan layanan pengiriman barang berdasarkan informasi yang objektif dan relevan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh independen, yaitu *online customer rating* dan ketepatan waktu pengiriman terhadap variabel dependen keputusan penggunaan jasa. Variabel *online customer rating* terdiri dari beberapa indikator seperti *credibel*, *expert*, *likeabel*. Sedangkan ketepatan waktu pengiriman diukur berdasarkan pengiriman produk, informasi dan pelayanan. Kemudian variabel dependen keputusan penggunaan jasa di evaluasi berdasarkan pilihan produk, pilihan merek, waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran. Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan 100 responden yang berdomisili di Jakarta Timur, adapun 10 wilayah berdasarkan persebaran kuesioner yaitu Pasar Rebo, Kramat Jati, Matraman, Jatinegara, Duren Sawit, Pulo Gadung, Cakung, Ciracas, Cipayung, Makasar, dan pernah menggunakan layanan pengiriman barang minimal satu kali. Berdasarkan analisis statistik yang dilakukan, adapun kesimpulan untuk menjawab tujuan penelitian yaitu sebagai berikut:

- a. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *online customer rating* dengan keputusan penggunaan jasa pengiriman barang J&T *Express* di Jakarta Timur. Hal ini dapat dilihat dari nilai T_{hitung} (6,279) yang lebih besar dibandingkan dengan T_{tabel} (1,65), serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,1 dengan sampel sebanyak 100 responden.
- b. Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara ketepatan waktu pengiriman dengan keputusan penggunaan jasa pengiriman barang J&T *Express* di Jakarta Timur. Hal ini dapat dilihat dari nilai T_{hitung} (4,714) yang lebih besar dibandingkan dengan T_{tabel} (1,65), serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,1 dengan sampel sebanyak 100 responden.
- c. Ditemukan bahwa *online customer rating* dan ketepatan waktu pengiriman secara bersama-sama mempengaruhi keputusan penggunaan jasa

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pengiriman barang J&T *Express* di Jakarta Timur. Hal ini terlihat dari nilai R- Square yang mencapai 0,620 yang berarti keputusan penggunaan jasa pengiriman barang dipengaruhi sebesar 62,0% oleh kedua variabel tersebut. Sementara itu, sisanya sebesar 38,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Analisis dan kesimpulan yang telah disampaikan sebelumnya, masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian berikutnya atau sebagai perbaikan strategi pemasaran layanan jasa J&T, terutama bagi pihak-pihak terkait:

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online customer rating* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Oleh karena itu, perusahaan seperti J&T *Express* perlu menjaga dan meningkatkan kepercayaan publik dengan merespons keluhan pelanggan secara cepat dan tepat, serta secara rutin mengevaluasi performa berdasarkan ulasan konsumen di berbagai platform digital. Ulasan yang kredibel, berasal dari pengguna berpengalaman, dan disampaikan secara menarik dapat membentuk persepsi positif yang mendorong konsumen untuk terus menggunakan layanan tersebut.
- b. Ketepatan waktu pengiriman terbukti memengaruhi keputusan konsumen. Maka dari itu, J&T *Express* perlu meningkatkan sistem distribusi dan logistik, termasuk memperkuat pelacakan *real-time*, menghindari *overload* saat promo besar, serta memastikan jadwal pengiriman dan *pick-up* sesuai estimasi. Perlu juga dilakukan pelatihan berkala kepada kurir dan staf operasional agar pelayanan tetap konsisten di seluruh wilayah cabang.
- c. Pada penelitian ini memiliki nilai koefisien determinasi sebesar 62,0%, yang menunjukkan bahwa terdapat variabel lain di luar *customer rating* dan ketepatan waktu yang juga memengaruhi keputusan penggunaan jasa. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya menambahkan variabel seperti harga layanan, reputasi merek, kualitas interaksi kurir, atau promosi,

guna memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen.

- d. Pada penelitian ini menggunakan metode kuisisioner yang disebarakan secara daring kepada pengguna J&T di Jakarta Timur. Disarankan untuk penelitian berikutnya agar menggunakan metode campuran, seperti wawancara mendalam atau FGD (*Focus Group Discussion*), untuk menangkap persepsi dan pengalaman pengguna secara lebih detail. Selain itu, memperluas sampel ke wilayah lain dapat memberikan gambaran komprehensif tentang kepuasan konsumen secara nasional.
- e. Mengingat pentingnya persepsi konsumen terhadap *rating* dan ketepatan pengiriman dalam keputusan penggunaan, disarankan agar perusahaan tidak hanya fokus pada promosi sesaat, tetapi juga mengembangkan strategi jangka panjang yang melibatkan komunikasi dua arah dengan pelanggan. Misalnya melalui kampanye edukatif tentang layanan, fitur aplikasi, atau estimasi waktu pengiriman, yang dikemas secara informatif dan menarik di media sosial.



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





DAFTAR PUSTAKA

- Adirinarso, Dhipayasa. 2023. "Pengaruh *Online Customer Rating*, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Transportasi Online Maxim dalam Perspektif Bisnis Islam." *Nucl. Phys.* 13 (1): 104–16.
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. 2019. *Metode Penelitian Bisnis: Kuantitatif Dan Kualitatif*. Denpasar: CV Noah Aletheia.
- Aminah, A., Rafani, Y., & Hariyani, H. 2021. "Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Pangkalpinang)." *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis* 17 (2): 49–61. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>.
- Ardianti, Asri Nugrahani, and M.AB Widiartanto. 2019. "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee ." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1–11.
- Dewantoro. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE." *Prosiding Biema* 1: 278–93.
- Dzulqarnain. 2019. "Pengaruh Fitur Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee." <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/93165>.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. 2010. *Consumer Behavior*. 10th ed. South-Western Cengage Learning.
- Farida, B. S., & Mahfud, Y. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah dengan Religious Behavior Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus Pada Produk Tabungan Bank Muamalat." *Journal Of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2.
- Farki, A., Baihaqi, I., Wibawa, B.M. 2016. "Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Kepercayaan dan Minat Pembelian Pada Online Marketplace Di Indonesia" 5.
- Ghozali dan Latan. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro (BP UNDIP).
- Hafizha, Salma, Abdurrahman, and Hanifa Sri Nuryani. 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>. (diakses 15 mei 2025)
- Hair, J. F. dkk. 2011. "PILS-SEM: Indeed A Silver Bullet." *Journal of Marketing Theory and Practice* 19 (2): 139–51.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hamid, R. S., & Anwar, S. M. 2019. *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. Jakarta: Inkubator Penulis Indonesia.

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. 2014. "A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling." *Journal of the Academy of Marketing Science*, 115-135. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>. (diakses 22 April 2025)

Ichsan, M., Jumhur, H. M., & Dharmoputra, S. 2018. "Pengaruh Consumer Online Rating and Review Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia Di Wilayah Dki Jakarta. E-Proceeding of Management," 1828–1835.

Juliandi, A. 2018. "Structural Equation Modeling Dengan Partial Least Square (PLS): Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3," 16–17.

Komariyah, D. I. 2022. "Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Pembelian Online Shopee (Studi Kasus Pada Santri Putri Pondok Pesantren Salafiyah Syafi'iyah Seblak Jombang)." *Jurnal of Business and Innovation Management* 4 (2): 343–358. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/point/article/view/1800>. (diakses 14 April 2025)

Kotler & Armstrong. 2016. *Principles of Marketing (16th Ed.)*. Pearson Education Limited.

Kotler & Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th ed. Pearson Education Limited.

Lisnari, N., Rudi, A., & Pratiwi, D. 2016. "Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu dan Tarif Pengiriman Barang Atau Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Kerta Gaya Pusaka)." *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (Jipmb)*, 33–41.

Nasution, A. R. 2020. "Pengaruh Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Pada J&T Express Di Kota Medan." *Jurnal Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan* 11 (2): 526–539. <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v11i2.2552>. (diakses 1 Juli 2025)

Nasution, Robby Darwis. 2022. "Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi Terhadap Eksistensi Budaya Lokal." *Venus: Jurnal Ilmu Komunikasi* 11 (2): 71–80. <https://journal.aritekin.or.id/index.php/Venus/article/download/687/973/3927>

Ningsih, Putri E S. 2019. "Pengaruh Rating dan Online Customer Review Terhadap



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee,” 1-93.

Pakpahan, M. 2016. *Manajemen Pemasaran: Dalam Kompetisi Global*. Medan: Cipta Rencana Media.

Purwinarti, Titik, Adi Saputra, and Siti Patimah. 2015. “Riset Perilaku Konsumen Sebagai Bagian dari Riset Pemasaran.” *EPIGRAM (e-Journal)* 11 (2): 153–66. <https://doi.org/10.32722/epi.v11i2.677>. (diakses 3 Juli 2025)

Sarwono, J., & Narimawati, U. 2015. *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi Dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Andi.

Soemohadiwidjojo, T. Arini. 2018. “SOP Dan KPI Untuk UMKM & Starup.” *Raih Asa Sukses*.

Sopiah & Sangadji, E. M. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edited by MT Dr. Ir. Sutopo. S.Pd. Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI).

Tantrabundit, P. 2019. “*Influence of Online Review and Rating System towards Consumer Preferences in Hospitality Sector.*” https://www.researchgate.net/publication/331547081_Influence_of_Online_Review_and_Rating_System_towards_Consumer_Preferences_in_Hospitality_Sector.

Tjiptono, Fandy. 2019. “Pemasaran Jasa,” 474.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. 2018. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: McGraw-Hill Education.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA