



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

**PENGARUH VARIASI PRODUK DAN
KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA
EKSPEDISI JNE EXPRESS JAKARTA SELATAN**



KANIA DIVA ITALIA
2105421019
**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

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

**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, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



ABSTRAK

Kania Diva Italia, Pengaruh Variasi Produk dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Keputusan Pembelian Ekspedisi JNE Express Jakarta Selatan. Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Adminsitration Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, 2025.

Penelitian ini mempunyai tujuan melakukan penganalisisan pengaruh variasi produk dan ketepatan waktu pengiriman terhadap keputusan pembelian. Latar belakang penelitian ini dilandaskan pada pentingnya pemahaman terhadap faktor yang memberikan pengaruh keputusan pembelian, khususnya didalam industri jasa pengiriman dan *e-commerce* yang terus berkembang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan 100 responden diberikan kuesioner berdasarkan kriteria yang telah ditentukan untuk mengumpulkan data. Dengan bantuan *software* SmartPLS 4.1, pengujian data dilaksanakan mempergunakan pendekatan *Partial Least Squares* (PLS). Temuan membuktikan bahwasanya, dengan nilai T-Statistik sebanyak 3,484 dan Nilai-P sebanyak 0,000, variasi produk berdampak yang signifikan pada keputusan pembelian. Selain itu, ketepatan waktu pengiriman juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai T-*Statistics* sebanyak 2.995 dan P-*Values* sebanyak 0.003. Nilai F-*Square* menunjukkan bahwa pengaruh variasi produk tergolong besar (0.457), demikian pula ketepatan waktu pengiriman (0.303). Secara bersamaan, dengan kontribusi sebanyak 66,8%, kedua faktor ini secara signifikan dan positif memengaruhi keputusan pembelian, sedangkan faktor tambahan diluar model penelitian sebanyak 33,2%. Temuan ini membuktikan bahwasanya variasi produk yang ditawarkan serta ketepatan waktu pengiriman yang baik termasuk faktor terpenting didalam mengoptimalkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Variasi Produk, Ketepatan Waktu Pengiriman, Keputusan Pembelian, JNE 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

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

ABSTRACT

Kania Diva Italia, *The Influence of Product Variation and Delivery Timeliness on Purchase Decision at JNE Express Jakarta Selatan. Applied Business Administration Study Program, Department of Business Administration, Politeknik Negeri Jakarta, 2025.*

This study aims to analyze the influence of product variety and delivery timeliness on purchase decisions. The significance of comprehending the elements that affect purchasing decisions forms the basis of this study's background, particularly in the rapidly growing shipping services and e-commerce industries. This study used a quantitative technique, collecting data from 100 respondents who satisfied the predefined criteria via a questionnaire. With the aid of SmartPLS 4.1 software, data analysis was carried out using the Partial Least Squares (PLS) approach. The findings show that, with a T-Statistics value of 3.484 and a P-Value of 0.000, product variety significantly affects purchasing decisions. Furthermore, with a T-Statistics value of 2.995 and a P-Value of 0.003, delivery timing also has a considerable impact on purchase decisions. The F-Square values demonstrate that the influence of product variety is substantial (0.457), as is the influence of delivery timeliness (0.303). Collectively, these two variables exert a positive and significant impact on purchase decisions, contributing 66.8% to the model, while the remaining 33.2% is explained by other variables outside the scope of this study. These findings suggest that offering a diverse product range and ensuring timely delivery are critical factors in enhancing consumer purchase decisions. Therefore, it is recommended that companies continuously enhance their product variety and maintain high standards of delivery timeliness to strengthen business sustainability.

Keywords: Product Variation, Delivery Timeliness, Purchase Decision, JNE 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Kerangka Teori.....	13
2.1.1 Variasi Produk	13
2.1.2 Ketepatan Waktu Pengiriman	15
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	16
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan	19
2.3 Deskripsi Konseptual	24
2.4 Perumusan Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.1.2 Waktu Penelitian	26
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.2.4 Teknik Pengolahan Data	38
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	42
4.1.1 Sejarah JNE Express	42
4.1.3 Logo Perusahaan	43
4.1.2 Visi & Misi JNE Express	44
4.1.4 Macam-Macam Variasi Produk JNE Express	44
4.2 Hasil Rekapitulasi Data	46
4.2.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	46
4.2.2 Hasil Uji Instrumen (<i>Pre-Test</i>)	46
4.3 Hasil Analisis Data.....	48
4.3.1 Karakteristik Responden.....	48



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

4.3.2 Data Responden Berdasarkan Variabel Penelitian	50
4.3.3 Hasil Analisis Outer Model	61
4.3.4 Hasil Analisis <i>Inner</i> Model	65
4.3.5 Pengujian Hipotesis	68
4.3.6 Hasil Model Pengukuran	70
4.4 Pembahasan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80
CURICULUM VITAE	95





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 GAMBAR

Gambar 1. 1 Survei APJII Tahun 2022-2024	1
Gambar 1. 2 Gender Pengguna Internet 2024	2
Gambar 1. 3 Jumlah Tren E-Commerce Tahun 2020-2024.....	3
Gambar 1. 4 <i>Top Brand Awards</i> Tahun 2022-2024	4
Gambar 1. 5 Penurunan <i>Top Brand Awards</i> JNE Express	5
Gambar 1. 6 Data Keluhan Pengguna Ekspedisi JNE Express 2024	8
Gambar 4. 2 Logo JNE Express	43
Gambar 4. 3 <i>Graphical Output</i> dengan Konstruk R-Square.....	66
Gambar 4. 4 <i>Output PLS Algoritm</i>	70
Gambar 4. 5 <i>Path Model PLS Bootstaping</i>	71





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 TABEL

Tabel 1. 1 Variasi Produk JNE Express	6
Tabel 1. 2 Variasi Produk JNE Express	7
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Yang Relevan	22
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	30
Tabel 3.2 Sampel Penduduk Jakarta Selatan	31
Tabel 3.3 Skor Skala <i>Likert</i>	33
Tabel 3.4 Variabel Operasional	34
Tabel 4. 1 Keterangan Responden	46
Tabel 4. 2 <i>Outer Loading</i>	46
Tabel 4. 3 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	47
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	49
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Domisili	49
Tabel 4. 8 Responden Berdasarkan Variabel Variasi Produk	50
Tabel 4. 9 Responden berdasarkan variabel ketepatan waktu pengiriman	55
Tabel 4. 10 Responden berdasarkan variabel Keputusan pembelian	57
Tabel 4. 11 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	62
Tabel 4. 12 Nilai <i>Outer Loading</i>	63
Tabel 4. 13 Nilai <i>Cross Loading</i>	64
Tabel 4. 14 Nilai <i>Cronbach's alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	65
Tabel 4. 15 Nilai <i>R-Square</i>	65
Tabel 4. 16 Nilai <i>F-Square</i>	66
Tabel 4. 17 Pengujian <i>Bootstrapping</i>	68
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian <i>Bootstrapping</i>	68
Tabel 4. 19 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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Outer Loading Pretest</i> (Sebelum di hapus)	80
Lampiran 2 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	81
Lampiran 3 Tabulasi variabel variasi produk	82
Lampiran 4 Tabulasi Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman	85
Lampiran 5 Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian	88
Lampiran 6 Instrumen Penelitian	91



Hak Cipta :

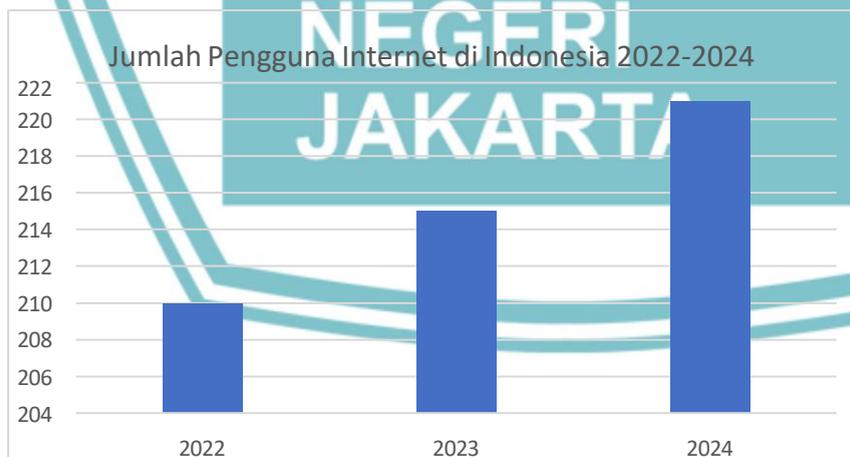
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi dan penggunaan *smartphone* sudah mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia secara signifikan, terutama pola pembelian mereka, di era digital yang berkembang pesat. Kemudahan akses internet dan meningkatnya popularitas *e-commerce* membuat semakin banyak orang beralih dari belanja konvensional ke belanja *online*. Kini, pelanggan sekarang dapat membeli barang yang mereka butuhkan tanpa harus mengunjungi tokonya. Dengan hanya menggunakan *smartphone*, konsumen dapat mencari, memilih, dan melakukan transaksi secara praktis dan cepat kapanpun dan dimanapun.

Indonesia ialah negara dengan jumlah yang menggunakan internet terbanyak di dunia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwasanya basis pengguna internet di negara ini teruslah bertambah setiap tahunnya, didorong oleh penetrasi *smartphone* yang semakin luas dan koneksi internet yang semakin terjangkau. Fenomena ini berkontribusi pada pesatnya pertumbuhan sektor *e-commerce*, di mana toko-toko *digital* berlomba-lomba menawarkan berbagai produk dan layanan pengiriman yang semakin efisien untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.



Gambar 1. 1 Survei APJII Tahun 2022-2024

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet 12 (APJII)



© 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

Gambar 1.1 Menurut survei 2023–2024 yang dijalankan oleh APJII, tingkatan penetrasi internet di Indonesia terus naik tiap tahunnya seiring dengan perkembangan teknologi informasi serta komunikasi. Pada tahun 2024, akan ada 221 juta pengguna internet di Indonesia, naik dari 215 juta tahun sebelumnya, menurut data yang diterbitkan oleh APJII. Dengan populasi penduduk Indonesia sekitar 277 juta jiwa, penetrasi internet tahun 2024 mencapai 79,5%, atau naik sebesar 1,31% dibandingkan tahun sebelumnya.

Selain melihat pertumbuhan jumlah pengguna internet, data APJII juga memberikan gambaran mengenai profil demografi pengguna, termasuk distribusi gender. Informasi ini menunjukkan bagaimana akses dan pemanfaatan internet berkembang di berbagai kelompok masyarakat, serta bagaimana kebiasaan pengguna internet antara laki-laki dan perempuan di Indonesia dapat bervariasi.



Gambar 1. 2 Gender Pengguna Internet 2024

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII)

Gambar 1.2 merupakan gender pengguna internet survei tersebut juga mencatat distribusi pengguna internet berdasarkan gender, dengan pengguna laki-laki sebesar 50,9% dan pengguna perempuan sebesar 49,1%. Data ini menunjukkan bahwa akses internet di Indonesia semakin merata di berbagai kelompok masyarakat, mempertegas peran penting internet dalam kehidupan sehari-hari, baik

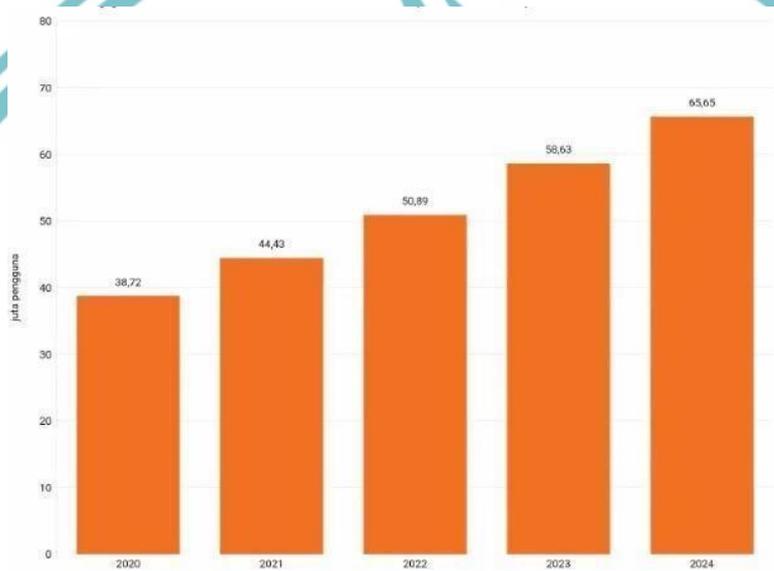


Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

untuk belajar, berkomunikasi, berbelanja, mencari informasi, hingga merencanakan perjalanan wisata. Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet dan akses yang semakin luas, tren pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia pun mengalami lonjakan signifikan. Perkembangan ini mendorong perubahan pola konsumsi masyarakat, di mana semakin banyak individu yang beralih ke platform digital dalam pemenuhan kebutuhan keseharian, dimulainya dari pembelian produk *fashion*, makanan, hingga layanan berbasis *digital*.



Gambar 1.3 Jumlah Tren E-Commerce Tahun 2020-2024

Sumber: Databoks, 2024

Gambar 1.3 menunjukkan bahwa jumlah tren *e-commerce* yang terus meningkat setiap tahunnya. mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam rentang waktu 2020 hingga 2024. Pada tahun 2020, jumlah pengguna *e-commerce* tercatat sebanyak 38,72 juta orang. Angka ini selanjutnya meningkat menjadi 44,43 juta pada tahun 2021, menunjukkan pertumbuhan yang stabil. Tren positif ini berlanjut pada tahun 2022 dengan 50,89 juta pengguna, yang berarti terjadi kenaikan lebih dari 6 juta pengguna dibandingkan tahun sebelumnya.

Pada tahun 2023, jumlah pengguna *e-commerce* meningkat lebih pesat menjadi 58,63 juta, mencerminkan semakin luasnya adopsi belanja *online* di Indonesia. Peningkatan ini berlanjut hingga tahun 2024, di mana jumlah pengguna mencapai 65,65 juta, yang merupakan angka tertinggi dalam periode yang



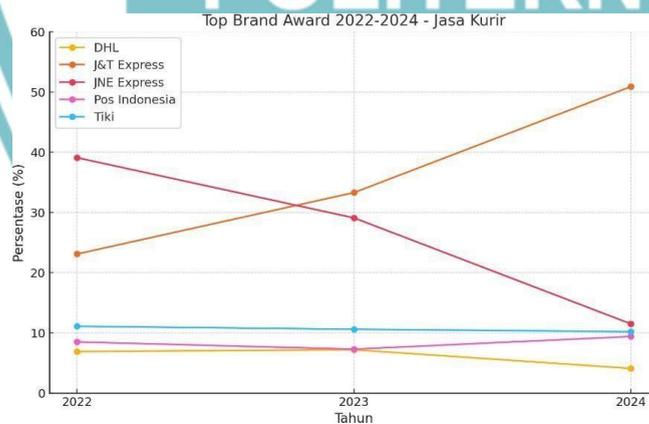
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

dianalisis. Dalam ekosistem *e-commerce*, jasa ekspedisi berperan penting dalam memastikan kelancaran transaksi antara penjual dan pembeli. Tanpa layanan pengiriman yang cepat dan andal, pelanggan harus bertemu langsung dengan penjual, yang terbatas jarak dan waktu. Oleh karena itu, perusahaan ekspedisi berlomba-lomba menawarkan berbagai layanan pengiriman yang fleksibel, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Ketepatan waktu pengiriman yang sesuai dengan standar atau prosedur yang ditentukan oleh ekspedisi menjadikan faktor terpenting yang memberikan pengaruh keputusan konsumen didalam berbelanja *online*.

Menurut Didik (2022:116), guna mencukupi dan keinginan individu, kelompok, dan organisasi, pelanggan melakukan berbagai aktivitas, tindakan, dan proses psikologis sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk atau layanan. Menurut Ambarwati dkk. (2021), pilihan pembelian merupakan hasil upaya pelanggan untuk memperoleh produk atau layanan. Mereka meneliti merek atau produk tertentu dan menilai seberapa efektif produk atau layanan tersebut mengatasi masalah sebelum melakukan pembelian. PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) yaitu perusahaan ekspedisi yang berdiri mulai 26 November 1990. Dengan jaringan distribusi di seluruh Indonesia, JNE mempekerjakan sekitar 50.000 orang, memiliki 8.000 toko penjualan, dan lebih dari 83.000 titik tujuan.



Gambar 1. 4 Top Brand Awards Tahun 2022-2024

Sumber: *Top Brand Awards 2022-2024*

Gambar 1.4 menunjukkan bahwa dalam tiga tahun terakhir sudah terjadi perubahan signifikan dalam peringkat merek-merek teratas di industri jasa ekspedisi berdasarkan data Top Brand Awards. Sesuai data *Top Brand*



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 mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Awards 2022-2024, J&T Express mengalami peningkatan pangsa pasar yang sangat pesat, dari 23,10% pada tahun 2022 menjadi 50,90% pada tahun 2024. Sebaliknya, JNE Express mengalami penurunan, di mana pangsa pasarnya turun dari 39,1% pada tahun 2022 menjadi hanya 11,5% pada tahun 2024. DHL juga mengalami penurunan, dengan pangsa pasar yang menurun dari 6,90% pada tahun 2022 menjadi 4,10% 2024.

Sementara itu, Pos Indonesia dan Tiki menunjukkan tren yang lebih stabil, meskipun mengalami sedikit fluktuasi. Pos Indonesia memiliki pangsa pasar sekitar 8,50% pada 2022, turun menjadi 7,30% pada 2023, namun kembali meningkat menjadi 9,40 % pada 2024. Tiki juga mengalami sedikit penurunan dari 11,1% pada tahun 2022 menjadi 10,20% pada tahun 2024, namun posisinya relatif tidak berubah secara signifikan. Selain itu, penurunan signifikan terjadi pada ekspedisi JNE Express selama 2 tahun berturut-turut.



Gambar 1.5 Penurunan Top Brand Awards JNE Express

Sumber: *Top Brand Awards 2024*

Gambar 1.5 menunjukkan penurunan drastis persentase JNE dalam *Top Brand Awards* periode 2022-2024. Pada tahun 2022, JNE masih memiliki pangsa pasar sebesar 39,10%, namun mengalami penurunan signifikan menjadi 29,10% pada 2023, dan terus merosot hingga 11,50% pada 2024. Tren penurunan ini bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor pelanggan yang kurang memuaskan salah satunya terkait ketidaksesuaian antara variasi produk yang dijanjikan dengan realisasi terjadi.

Menurut Wijayarsi dalam Lazuardi dkk. (2021:343), variasi produk merupakan strategi pemasaran yang bertujuan mencegah kebosanan konsumen



© 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

serta memberikan kepuasan melalui beragam pilihan, sehingga dapat mendorong terjadinya keputusan pembelian. Dalam halnya jasa ekspedisi Variasi produk yang ditawarkan yaitu Layanan Pengiriman yang menguntungkan baik perusahaan maupun konsumen. Konsumen dapat berbelanja *online* dengan mudah tanpa bertemu penjual, sementara perusahaan dapat memperluas pasar tanpa menangani pengiriman sendiri. Dengan pesatnya perkembangan *e-commerce*, jasa logistik menjadi kunci *efisiensi* transaksi. Tanpa layanan pengiriman, pembeli harus bertemu langsung dengan penjual, yang terbatas oleh jarak dan waktu. Namun, di tengah persaingan industri logistik, pelanggan dan perusahaan perlu selektif dalam memilih ekspedisi yang andal, mencerminkan meningkatnya kebutuhan pengiriman di Indonesia. JNE menyediakan variasi produk berupa layanan dari berbagai layanan pengiriman sesuai kebutuhan pelanggan. Adapun variasi produk yang ditawarkan oleh JNE Express adalah:

Tabel 1. 1 Variasi Produk JNE Express

No	Produk	Keterangan
1.	Reguler	Layanan pengiriman tersedia diseluruh wilayah Indonesia, dengan waktu pengiriman berdasarkan perkiraan waktu kedatangan yang diberikan, dengan ketentuan sebagai berikut: a. Estimasi waktu pengiriman berdasarkan zona wilayah. b. Indonesia secara keseluruhan, c. Tidak ada kebijakan pengembalian dana.
2.	YES (Yakin Esok Sampai)	Layanan pengiriman dengan tujuan pengiriman pada hari berikutnya, dengan ketentuan sebagai berikut: a. Hari berikutnya (paling lambat pukul 23.59 waktu setempat) b. Kota besar c. Batas waktu pengiriman berbeda-beda di setiap lokasi dan ditetapkan pukul 11.00 WIB. d. Jaminan uang kembali
3.	OKE	Layanan pengiriman dengan tarif ekonomis, dengan ketentuan sebagai berikut: a. Lebih lama 1-3 hari dari <i>service reguler</i> b. Tidak ada garansi uang kembali
4.	Super Speed	Kecepatan dan pengiriman tepat waktu menjadi prioritas utama layanan pengiriman ini, dengan ketentuan sebagai berikut: a. Tidak lebih dari 24 jam (sejak kurir mengambil transaksi dan paket)

bersambung



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

sambungan tabel 1.1

No	Produk	Keterangan
		<p>b. Kota besar</p> <p>c. <i>Cashback guarantee applicable</i></p>
5.	Diplomat	<p>Petugas JNE menyediakan layanan pengiriman langsung (<i>hand carry</i>), dengan mengutamakan kecepatan, keamanan, dan kepastian, adapun ketentuan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> Menyesuaikan jadwal moda transportasi yang tersedia Garansi uang berlaku <p>Dengan ketentuan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Anda dapat memilih untuk melakukan perjalanan melalui udara, darat, atau mengubah jadwal yang tersedia. Biaya pengiriman diubah untuk memperhitungkan biaya transportasi dan biaya tambahan yang terkait dengan prosedur pengiriman. Jika pengiriman tidak sesuai dengan kesepakatan pertama, berlaku jaminan uang kembali. Hubungi pusat kontak ataupun cabang JNE terdekat dalam mengetahui jadwal dan perkiraan waktu pengiriman.
6.	JTR	<p>Ini adalah metode pengiriman yang dapat diandalkan untuk jumlah besar dan menggunakan transportasi darat (kendaraan) dan laut antar kota/daerah dengan harga yang lebih murah, dengan ketentuan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> Layanan JTR berlaku untuk pengiriman dokumen atau paket yang beratnya besar, dengan biaya minimum 10 kg berdasarkan tarif pengiriman kota tujuan. Tarif 10 kg berlaku jika berat dokumen atau paket < 10 kg; jika berat barang > 10 kg, akan dikenakan biaya per kilogram yang berbeda berdasarkan kota tujuan. Menghitung berat sebenarnya Perhitungan dimensi/volume mentrik kiriman JTR Disarankan untuk membeli asuransi perlindungan pengiriman apabila pengiriman dokumen atau paket dinilai signifikan dan bernilai. Pengiriman JTR yang beratnya > 250 kg per kotak akan dikenakan biaya tambahan. Penambahan packing kayu tersedia di konter pengiriman

bersambung

Hak Cipta :

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

sambungan tabel 1.1

No	Produk	Keterangan

Sumber: Website Resmi JNE Express,2025

JNE Express menawarkan variasi produk yang lebih beragam, JNE Express tidak hanya menyediakan layanan pengiriman reguler, tetapi juga opsi lain yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, seperti JNE YES (Yakin Esok Sampai) untuk pengiriman cepat, JNE OKE (Ongkos Kirim Ekonomis) untuk pengiriman dengan biaya lebih hemat, dan JNE *Trucking* (JTR) yang memungkinkan pengiriman barang dalam jumlah besar dengan harga lebih efisien. Pendapat Handoko dalam Juniariska dkk. (2020:147), ketepatan waktu pengiriman berarti kesesuaian antara waktu yang diminta oleh konsumen dengan waktu barang diterima, yang harus dilakukan secara tepat, aman, serta mengikuti jadwal yang telah disepakati.



Gambar 1. 6 Data Keluhan Pengguna Ekspedisi Tahun 2024

Sumber: Data diolah, 2025

Gambar 1.6 menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman menjadi aspek yang paling banyak dikeluhkan oleh pengguna jasa ekspedisi JNE, dengan total 135 mengeluhkan mengenai ketepatan waktu pengiriman, 55 orang mengenai resi dan 70 orang mengenai tujuan pengiriman. Tingginya keluhan terkait keterlambatan ini menunjukkan bahwa keandalan pengiriman menjadi faktor penting bagi pelanggan. Ketidaksesuaian antara ketepatan waktu pengiriman dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam memilih jasa ekspedisi, terutama bagi mereka yang membutuhkan pengiriman tepat waktu untuk keperluan mendesak.

Ketepatan waktu dalam pengiriman bukan hanya sekadar faktor operasional, tetapi juga menjadi salah satu aspek dalam menciptakan keputusan pembelian.



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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Layanan yang tepat waktu mencerminkan *profesionalisme* dan komitmen perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan. Ketika pengiriman dilakukan sesuai jadwal yang dijanjikan, pelanggan cenderung merasa puas. Sebaliknya, keterlambatan pengiriman dapat menimbulkan ketidakpercayaan serta berdampak negatif pada keputusan pembelian pelanggan di masa mendatang. Pelanggan yang mengalami keterlambatan atau ketidaksesuaian dalam pengiriman cenderung mencari alternatif jasa ekspedisi lain yang dianggap lebih andal.

Penelitian terdahulu menurut Abelia dkk. (2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Indihome pada PT Telkom Indonesia Witel Riau Daratan Pekanbaru” dengan hasil Kualitas layanan dan Variasi produk berdampak signifikan pada keputusan pembelian layanan internet. Penelitian Handito (2021) dengan judul “Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Ekspedisi LSJ Express” Mengingat temuan bahwa kualitas layanan secara signifikan memengaruhi keputusan pengguna jasa ekspedisi sementara perubahan produk tidak memberikan pengaruh yang nyata. Penelitian terdahulu menurut Haikal dkk. (2021) dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Keputusan Pembelian pada J&T Express” Harga tidak secara signifikan meningkatkan keputusan pembelian, tetapi citra merek dan pengiriman tepat waktu memiliki dampak yang baik dan besar.

Penelitian Handito (2021) hanya meneliti variasi produk secara umum tanpa membahas variasi produk pengiriman secara spesifik, namun seperti perbedaan fitur yang ditawarkan dalam layanan YES, REG, dan OKE di JNE, hasil penelitian variasi produk tidak berpengaruh signifikan. Penelitian Abelia dkk. (2023) meneliti variasi produk dalam konteks layanan internet, bukan ekspedisi. Sementara itu, penelitian Haikal dkk. (2021) hanya meneliti ketepatan waktu pengiriman tanpa melihat pengaruh variasi produk atau layanan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Mariam dkk. (2023) yang menemukan bahwa pelayanan yang mengedepankan ketepatan, komunikasi efektif, dan kecepatan berkontribusi besar dalam menciptakan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Hal ini menjadi relevan dalam konteks industri jasa pengiriman seperti JNE

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

Express, di mana ketepatan waktu pengiriman menjadi bagian dari pelayanan utama yang dinilai pelanggan. Dengan adanya celah dalam penelitian sebelumnya, penelitian ini menjadi penting dilakukan guna memberikannya pemahaman yang lebih komprehensif terkait bagaimana variasi produk dan ketepatan waktu pengiriman mempengaruhi keputusan pembelian jasa ekspedisi

Berdasarkan latar belakang penelitian, supaya penelitian ini lebih fokus serta tidaklah meluas dari bahasan yang dimaksud, maka penelitian ini membatasi masalah peneliti hanyalah membahas mengenai variasi Produk (X1), Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) dan tidak dipengaruhi oleh faktor variabel lain. Subjek penelitian ini adalah pengguna jasa ekspedisi JNE di Jakarta Selatan, tanpa mewakili atau mempengaruhi data jumlah pengguna JNE Express secara keseluruhan di wilayah tersebut.

Sesuai penjelasan permasalahan sebelumnya, penulis memiliki ketertarikan dalam melakukan penelitian jasa ekspedisi JNE Express dengan cara melakukan analisis apakah keputusan pembelian konsumen didalam melakukan pemilihan jasa ekspedisi di pengaruhi oleh variasi produk dan ketepatan waktu pengiriman. Maka, penulis memiliki ketertarikan dalam melakukan penelitian dengan topik penelitian “Pengaruh Variasi Produk dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspedisi JNE Express Jakarta Selatan”

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai latar belakang sebelumnya, identifikasi masalah dalam penelitian ini dibawah ini :

- a. Variasi produk layanan pengiriman yang ditawarkan oleh Ekspedisi di JNE Express tidak sesuai dengan yang dijanjikan jika dilihat dari *website* JNE Express.
- b. Kurangnya informasi atau pemahaman konsumen terhadap perbedaan jenis layanan variasi produk yang ditawarkan oleh Ekspedisi JNE Express seperti Reguler, YES (Yakin Esok Sampai) dan lainnya.
- c. Keluhan-Keluhan yang diberikan oleh oleh pengguna Ekspedisi di JNE Express mengenai barang yang dipesan tidak sesuai dengan standar estimasi.
- d. Variasi produk tidak sesuai dengan standar waktu yang diberikan akan mempengaruhi keputusan pembelian jasa ekspedisi apakah akan beralih ke ekspedisi lain.



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 kritis 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

- e. Ketepatan waktu pengiriman yang tidak konsisten berdampak langsung terhadap keputusan pembelian, karena kecepatan dan ketepatan merupakan prioritas utama bagi konsumen jasa ekspedisi.

1.3 Perumusan Masalah

Sesuai penjelasannya dari latar belakang dan identifikasi permasalahan, maka perumusan permasalahan dari penelitian ini diantaranya:

- a. Bagaimana pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan jasa ekspedisi JNE Express Jakarta Selatan?
- b. Bagaimana pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan jasa ekspedisi JNE Express Jakarta Selatan?
- c. Bagaimana pengaruh variasi produk dan ketepatan waktu pengiriman mempengaruhi keputusan pembelian dalam memilih Jasa Ekspedisi JNE Express Jakarta Selatan?

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan merujuk pada perumusan permasalahan yang sudah disebutkan, tujuan dari penelitian ini diantaranya:

- a. Menganalisis pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan ekspedisi JNE Express Jakarta Selatan.
- b. Menganalisis pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan ekspedisi JNE Express Jakarta Selatan.
- c. Menganalisis pengaruh variasi produk dan ketepatan waktu pengiriman terhadap keputusan pembelian menggunakan ekspedisi JNE Express Jakarta Selatan.

1.5 Manfaat Penelitian

Sesuai latar belakang sebelumnya, maka manfaat penelitian diantaranya:

- a. Manfaat Teoritis, bagi akademik penelitian ini menambah referensi ilmiah dalam bidang pemasaran jasa khususnya di dalam industri ekspedisi. Tidak hanya itu, Studi ini bisa menjadi dasar bagi penyelidikan berikutnya yang bertujuan untuk menyelidiki lebih dalam aspek lain yang memengaruhi keputusan pembeli ekspedisi.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

b. Manfaat Praktis,

- 1) Penelitian ini bisa memperdalam kajian tentang strategi pemasaran jasa, khususnya dalam industri ekspedisi dan faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, sebagai bentuk implemementasi teori yang telah dipelajari selama perkuliahan.
- 2) Penelitian ini akan memberikan wawasan baru bagi industri ekspedisi terkait peran variasi produk dan ketepatan waktu pengiriman dalam keputusan pembelian.
- 3) Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk menentukan pilihan ekspedisi untuk mengirim barang sesuai dengan variasi produk yang diberikan serta ketepatan waktu pengiriman.



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan mengenai pengaruh variasi produk dan ketepatan waktu pengiriman terhadap keputusan pembelian JNE Express, maka bisa ditarik beberapa kesimpulan diantaranya:

- a. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan metode *bootstrapping*, nilai *P-Values* adalah 0,000, yang $<$ taraf sig 0,10, dan nilai *T-Statistics* adalah 3,484, yang $>$ taraf sig 1,650. Temuan ini membuktikan bahwasanya variasi produk secara signifikan dan positif memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, korelasi positif yang kuat antara variasi produk dan keputusan pembelian dibuktikan oleh nilai koefisien jalur sebanyak 0,499. Hal ini menyiratkan bahwasanya pelanggan lebih mungkin menemukan layanan yang sesuai dengan keperluan mereka bila JNE Express menawarkan lebih banyak pilihan barang dan jasa. Temuan ini menunjukkan bahwa ketersediaan pilihan yang beragam mampu meningkatkan daya tarik perusahaan dimata konsumen, sehingga berdampak langsung pada meningkatnya keputusan pembelian. Maka, hipotesis H1 yang mengungkapkan bahwasanya variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bisa diterima.
- b. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan metode *bootstrapping*, nilai *P-Values* yang didapati sebanyak 0,003, yang $<$ taraf sig 0,10, dan nilai *T-Statistics* adalah 2,995, yang $>$ batas kritis 1,650. Temuan ini membuktikan bahwasanya ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Tidak hanya itu, nilai *path coefficient* 0.406 menunjukkan hubungan yang bersifat positif dan signifikan antara ketepatan waktu pengiriman dan keputusan pembelian. Artinya, semakin tepat waktu pengiriman yang dilakukan oleh JNE Express, maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu.



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pengiriman mencerminkan tingkat *profesionalisme* dan keandalan perusahaan dalam memenuhi janji layanan, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan konsumen dalam memilih jasa pengiriman. Oleh karena itu, hipotesis H2 yang mengungkapkan bahwasanya ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen bisa diterima.

- c. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwasanya ketepatan waktu pengiriman dan variasi produk mempunyai dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini didukung oleh nilai *P-Values* sebanyak 0,000 dan 0,003 ($\leq 0,1$) serta nilai *T-Statistik* masing-masing sebanyak 3,484 dan 2,995 ($> 1,65$). Pengaruh terbesar ditunjukkan oleh variasi produk (*F-Square* = 0.457) dan ketepatan waktu pengiriman (*F-Square* = 0.303). Nilai *R-Square* = 0.668 menunjukkan pengaruh model berada pada kategori sedang (*moderate*), mendekati kuat. Secara keseluruhan, terdapat pengaruh positif dan signifikan dari kedua variabel terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dalam skripsi ini, bisa diberikan beberapa saran yang dimaksudkan bisa menjadi pertimbangan lanjutan dan berguna bagi ekspedisi JNE Express. Saran yang diusulkan diantaranya:

- a. Bagi akademik, hasil penelitian ini memberikan sumbangan pengembangan ilmu pengetahuan dibidang pemasaran, terutama didalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam konteks layanan pengiriman. Temuan ini dapat memperkaya literatur terkait pengaruh variasi produk dan ketepatan waktu pengiriman terhadap perilaku konsumen. Tidak hanya itu, penelitian ini bisa dijadikan referensi bagi akademik dalam mengembangkan model konseptual yang lebih komprehensif, serta sebagai bahan ajar atau studi kasus yang relevan untuk pengajaran di bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen.
- b. Bagi JNE Express, Berdasarkan temuan penelitian, JNE Express disarankan untuk terus memperhatikan dan meningkatkan variasi produk yang

ditawarkan kepada konsumen, misalnya dengan menyediakan pilihan layanan yang lebih beragam dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Disarankan pula agar perusahaan mempertahankan serta meningkatkan ketepatan waktu pengiriman, karena variabel ini terbukti mempunyai dampak signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan yaitu masih adanya ketidaksesuaian antara estimasi waktu pengiriman dan waktu aktual yang dialami sebagian pelanggan. Oleh karena itu, JNE perlu melakukan evaluasi terhadap estimasi pengiriman agar lebih akurat dan sesuai dengan realita di lapangan. Selain itu, untuk membantu pelanggan mengambil keputusan pembelian yang lebih baik dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di sektor jasa pengiriman, hasil studi ini dapat digunakan sebagai data penilaian dan sebagai dasar bagi keputusan bisnis yang strategis.

- c. Bagi Penelitian berikutnya, penelitian ini mempunyai keterbatasan dalam hal jumlah variabel yang diteliti dan cakupan wilayah responden. Oleh karena itu, faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian, misalnya: harga, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, dan kepercayaan merek, harus disertakan dalam penelitian berikutnya. Selain itu, penelitian bisa dilaksanakan dengan melibatkan responden dari berbagai wilayah atau segmen pasar yang lebih luas, sehingga hasil penelitian dapat lebih general dan aplikatif.

© 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



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**