



JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN AKUNTANSI

Halaman Jurnal: <https://journal.smartpublisher.id/index.php/jimat>
Halaman UTAMA Jurnal : <https://journal.smartpublisher.id/>



DOI: <https://doi.org/10.69714/an1dvf38>

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KECEPATAN PENGIRIMAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENGIRIMAN PADA POS LION PARCEL SRE JAKARTA PUSAT

Tarisa Fitriani Supriatna ^{a*}, Eneng Iviq Hairo Rahayu ^b

^{a*} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis; tarisafitriani1502@gmail.com, Universitas Bina Sarana Informatika

^{a*} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis; eneng.eor@bsi.ac.id, Universitas Bina Sarana Informatika

* Penulis Korespondensi: Tarisa Fitriani Supriatna

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality and delivery speed on the decision to use delivery services at POS Lion Parcel SRE Central Jakarta. The method used is quantitative, with data collected from questionnaires distributed to 96 customers, which were then analyzed using SPSS Version 26. The test results indicate that all instruments are valid and reliable. Regression analysis demonstrates that service quality has a positive and significant influence on the decision to use delivery services, with a t-statistic value of 9.116 > t-table 1.661. Similarly, delivery speed significantly influences the decision to use delivery services, with a t-statistic value of 2.427 > t-table 1.661. Simultaneously, both variables also exert a significant influence, with an F-statistic value of 177.831 > F-table 3.09, contributing 79%, while the remaining 21% is influenced by other factors not examined in this study. The regression model meets the assumptions of normality, exhibits no multicollinearity, and shows no heteroscedasticity. The results of this study indicate that improving service quality and delivery speed can enhance customer decisions to use the services of POS Lion Parcel SRE Central Jakarta.

Keywords: Service Quality; Delivery Speed; and Service Usage Decision

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman di POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan data dari kuesioner terhadap 96 pelanggan. Kemudian dianalisis menggunakan SPSS Versi 26. Hasil Uji menunjukkan seluruh instrumen valid dan reliabel. Analisis regresi membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman dengan nilai t-hitung sebesar 9,116 > t-tabel 1,661, demikian pula, kecepatan pengiriman berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman dengan nilai t-hitung sebesar 2,427 > t-tabel 1,661. Secara simultan kedua variabel juga berpengaruh signifikan dengan nilai f-hitung sebesar 177,831 > f-tabel 3,09, dengan kontribusi sebesar 79% sedangkan sisanya 21% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Model regresi memenuhi asumsi normalitas, tidak terjadi multikolinieritas, dan tidak terdapat heteroskedastisitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman dapat meningkatkan keputusan pelanggan menggunakan jasa POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Kecepatan Pengiriman; dan Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman

1. PENDAHULUAN

Meningkatnya *e-commerce* di Indonesia merupakan hasil langsung dari kemajuan teknologi terkini. Perdagangan elektronik ini sendiri pada dasarnya adalah kegiatan jual beli secara digital yang memanfaatkan jaringan internet. Sektor ini juga berkembang sangat pesat berdasarkan data dari Kementerian Perdagangan (Kemendag) pada Februari 2026, total nilai transaksi di dalamnya sudah menembus angka Rp96,7 triliun atau

berkisar USD5,76 miliar. Tingginya angka penjualan *daring* tersebut secara otomatis ikut mendorong kemajuan industri logistik dan jasa pengiriman barang di Indonesia.

Industri jasa pengiriman atau ekspedisi saat ini dituntut untuk selalu berinovasi agar bisa menjawab kebutuhan konsumen yang terus berubah setiap hari. Untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan di bidang logistik, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor penting yang mendukung keberhasilan operasional mereka, di mana salah satu pilar utamanya adalah kualitas pelayanan. Menurut (Ilahi & Arifuddin, 2022), kualitas pelayanan berkaitan erat dengan bagaimana perusahaan berupaya memenuhi ekspektasi dan kebutuhan konsumen, serta bagaimana layanan tersebut disampaikan secara tepat demi kepuasan pelanggan. Selain kualitas pelayanan, faktor pendukung yang tidak dapat dipisahkan dari keunggulan layanan jasa ekspedisi adalah kecepatan pengiriman. Kecepatan pengiriman merupakan elemen penting dalam layanan pengantaran yang meliputi keakuratan waktu, ketepatan jumlah, dan kesesuaian barang dalam paket dengan yang telah dijanjikan pelanggan (Febriani, 2024).

Namun, mengkaji ketiga variabel ini pada tingkat unit usaha agen atau mitra memiliki tantangan tersendiri, selama ini mayoritas penelitian mengenai logistik lebih banyak berfokus pada tingkat perusahaan besar, sementara kajian pada tingkat keagenan atau mitra POS masih sangat jarang dilakukan, padahal agen seperti POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat ini adalah garda terdepan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Realitas di lapangan menunjukkan adanya kendala serius yang mempengaruhi performa kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman tersebut. Melalui pengamatan yang dilakukan, POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat saat ini mengalami keterbatasan jumlah karyawan yang cukup signifikan. Kurangnya tenaga kerja ini menciptakan hambatan pada kualitas pelayanan serta menghambat proses input resi dan penyortiran barang harian sehingga paket seringkali tidak dapat dikirimkan ke pusat transit (hub) tepat waktu.

Berdasarkan data internal POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat periode Juni–Desember 2025, terlihat adanya ketidakstabilan jumlah transaksi dengan penurunan paling drastis terjadi pada bulan Agustus sebesar 23,46%. Penurunan ini menjadi bukti yang kuat adanya masalah pada keputusan penggunaan jasa pengiriman. Munculnya hambatan pelayanan dan keterlambatan pengiriman paket diduga kuat memicu pelanggan untuk berpindah ke agen lain yang dianggap lebih siap secara operasional. Kesenjangan antara standar pelayanan yang diharapkan dengan realitas operasional di level agen inilah yang menjadi dasar kuat dilakukannya penelitian ini.

Berdasarkan fenomena tersebut, dalam menjalankan kegiatan operasionalnya POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat masih menghadapi beberapa kendala, salah satunya keterbatasan jumlah karyawan yang dapat mempengaruhi efektivitas pelayanan kepada pelanggan. Kondisi tersebut berpotensi menyebabkan proses pelayanan menjadi kurang optimal, hingga memengaruhi kecepatan pengiriman barang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman pada POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

Pemasaran menjadi instrumen mendasar bagi perusahaan dalam memahami kebutuhan serta keinginan konsumen, yang kemudian diselaraskan dengan dinamika situasi pasar yang ada. Menurut Kotler, *"Pemasaran adalah aktivitas pengorganisasian institusi dan proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat luas"* (Ramdan et al., 2023). Menurut Basu Swasta dan Irawan, mengungkapkan *"Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial."* (Alimin et al., 2022). Berdasarkan pendapat para ahli, ditarik simpulan pemasaran ialah proses menyeluruh yang dijalankan oleh individu ataupun entitas bisnis untuk merancang, mengembangkan, menyampaikan, dan menyebarkan barang atau layanan demi memenuhi kebutuhan pelanggan serta memberikan manfaat kepada pelanggan.

Manajemen pemasaran merupakan upaya sistematis dalam merancang, mengorganisasikan, membimbing, menyelaraskan, serta mengevaluasi seluruh kegiatan pemasaran di dalam sebuah organisasi agar target atau tujuan lembaga dapat diraih secara efektif dan efisien (Eviyanti et al., 2023). Menurut Kotler, *"Manajemen Pemasaran adalah seni dan ilmu di pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan kualitas pelanggan yang unggul"* (Ramdan et al., 2023). Dengan demikian, manajemen pemasaran merupakan serangkaian kegiatan yang

meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian untuk merancang, menentukan nilai, serta menyalurkan produk atau jasa kepada target pasar guna memenuhi kebutuhan pelanggan dan mencapai tujuan perusahaan.

2.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas suatu produk atau layanan diartikan sebagai keseluruhan fitur yang membuatnya sesuai untuk tujuan tertentu dan standar yang ditetapkan oleh pasar sasaran guna memenuhi ekspektasi konsumen, baik yang diungkapkan secara terang-terangan maupun yang tersirat. Sebagaimana kutipan Goetsch, Davis, dan Tjiptono, "*kualitas dapat diartikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan*" (Ardhianti et al., 2022). Berdasarkan pemaparan tersebut, kualitas pelayanan merupakan sejauh mana suatu layanan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan melalui perbandingan antara harapan awal pelanggan dengan kinerja nyata yang mereka rasakan.

Indikator kualitas pelayanan dalam penelitian ini mengacu pada teori Zeithaml, Parasuraman, dan Berry, yang terdiri atas lima dimensi, yaitu *tangible* (wujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

2.3. Kecepatan Pengiriman

Kecepatan pengiriman merupakan tingkat kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan proses pengiriman produk dengan tepat waktu sesuai yang dijanjikan dan disepakati, yang mencerminkan efisiensi dan keandalan pelayanan dalam memenuhi ekspektasi pelanggan. Menurut Setiawan, "*Kecepatan Pengiriman adalah kiriman hari yang disepakati dan atasi masalah pengiriman dan keandalan kuantitas seperti akurasi dan kesesuaian kuantitas pengiriman. Kesesuaian isi paket dan waktu pengiriman barang yang dikirim serta kesesuaian dengan kuantitas dan persyaratan pengemasan juga dijamin*" (Primadi et al., 2024).

Indikator kecepatan pengiriman menurut Fandy Tjiptono terdiri atas kecepatan respons petugas dan ketepatan estimasi waktu (Anggraeni et al., 2024). Indikator menurut Dinitzen terdiri atas *Delivery Time* (Waktu Pengiriman), *Delivery Flexibility* (Fleksibilitas Waktu Pengiriman), *Delivery Accuracy* (Ketepatan Pengiriman), *Delivery Stock Service* (Layanan Ketersediaan Stok), *Delivery After-Sales Service* (Layanan Purna Jual Pengiriman), *Delivery Order Management* (Manajemen Pesanan Pengiriman), *Delivery Marketing and Communication* (Pemasaran dan Komunikasi Pengiriman), dan *Delivery E-Information* (Informasi Pengiriman Berbasis Elektronik) (Rohman & Abdul, 2021). Dalam konteks layanan POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat, kecepatan pengiriman menjadi elemen penting yang berperan dalam membangun persepsi awal pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Ketepatan dan kejelasan dalam menyampaikan estimasi waktu pengiriman memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

2.4. Keputusan Penggunaan Jasa

Paradigma mengenai keputusan pembelian dalam penelitian ini ditransformasikan menjadi istilah keputusan penggunaan jasa, karena objek penelitian berfokus pada sektor jasa ekspedisi. Keputusan penggunaan jasa merupakan serangkaian tahapan yang dilalui konsumen mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga keputusan menggunakan suatu jasa serta perilaku setelah penggunaan jasa (Istiono & Hernita, 2022).

Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh (Istiono & Hernita, 2022), pembelian merupakan rangkaian keputusan yang diambil pembeli mengenai merek yang akan dipilih sehingga melibatkan lebih dari satu alternatif. Wikrama Wadana yang dikutip oleh (Istiono & Hernita, 2022) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan dari dua atau lebih alternatif untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Indikator menurut P.Kotler terdiri atas pembelian produk, pembelian merek, pemilihan saluran pembelian, penentuan waktu pembelian, dan Jumlah (Septiyadi et al., 2022). Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan penggunaan jasa merupakan proses pengambilan keputusan konsumen dalam memilih dan menggunakan layanan yang dianggap paling mampu memenuhi kebutuhan dan harapannya.

2.5. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- H1:** Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman (Y) pada POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat.
- H2:** Kecepatan Pengiriman (X2) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman (Y) pada POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat.
- H3:** Kualitas Pelayanan (X1) dan Kecepatan Pengiriman (X2) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman (Y) pada POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian mencakup seluruh transaksi pengiriman barang yang dilakukan melalui POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat selama periode Juni–Desember 2025 sebanyak 2.095 transaksi. Jumlah tersebut merupakan total transaksi pengiriman, karena terdapat pelanggan yang melakukan transaksi lebih dari satu kali selama periode penelitian. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 96 responden. Responden dalam penelitian ini Adalah pelanggan yang telah melakukan transaksi pengiriman melalui POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat selama periode penelitian. Penggunaan tingkat kesalahan sebesar 10% dipilih dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu, biaya, dan akses terhadap responden dalam pelaksanaan penelitian.

Data penelitian diperoleh melalui observasi dan penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form kepada responden. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari “Sangat Tidak Setuju” (STS) sampai “Sangat Setuju” (SS). Variabel yang diteliti terdiri atas kualitas pelayanan sebagai variabel independen pertama dengan indikator *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry; kecepatan pengiriman sebagai variabel independen kedua dengan indikator kecepatan respons petugas dan ketepatan estimasi waktu menurut Fandy Tjiptono; serta keputusan penggunaan jasa sebagai variabel dependen yang diukur menggunakan indikator kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, dan efisiensi waktu membeli produk menurut Kotler.

Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS melalui uji kualitas data (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta uji koefisien determinasi (R^2).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Kualitas Data

4.1.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian validitas menggunakan metode *Pearson Product Moment* dengan kriteria bahwa item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, sedangkan item dinyatakan tidak valid apabila nilai r hitung lebih kecil daripada r tabel (Anggraini et al., 2022).

Tabel 1. Uji Validitas Data Variabel (X1)

No	Keterangan	<i>Pearson Correlation</i>	R tabel	(Sig.2-Tailed)	Hasil Validitas
1	X1.1	0,685	0,2006	0,000	Valid
2	X1.2	0,628	0,2006	0,000	Valid
3	X1.3	0,690	0,2006	0,000	Valid
4	X1.4	0,634	0,2006	0,000	Valid
5	X1.5	0,727	0,2006	0,000	Valid
6	X1.6	0,632	0,2006	0,000	Valid
7	X1.7	0,664	0,2006	0,000	Valid
8	X1.8	0,706	0,2006	0,000	Valid
9	X1.9	0,695	0,2006	0,000	Valid
10	X1.10	0,724	0,2006	0,000	Valid

(Sumber: Hasil *output* SPSS Versi 26, 2026)

Tabel 2. Uji Validitas Data Variabel (X2)

No	Keterangan	<i>Pearson Correlation</i>	R tabel	(Sig.2-Tailed)	Hasil Validitas
1	X2.1	0,780	0,2006	0,000	Valid
2	X2.2	0,798	0,2006	0,000	Valid
3	X2.3	0,802	0,2006	0,000	Valid
4	X2.4	0,777	0,2006	0,000	Valid

(Sumber: Hasil *output* SPSS Versi 26, 2026)**Tabel 3. Uji Validitas Data Variabel (Y)**

No	Keterangan	<i>Pearson Correlation</i>	R tabel	(Sig. 2-Tailed)	Hasil Validitas
1	Y.1	0,790	0,2006	0,000	Valid
2	Y.2	0,767	0,2006	0,000	Valid
3	Y.3	0,705	0,2006	0,000	Valid
4	Y.4	0,746	0,2006	0,000	Valid
5	Y.5	0,699	0,2006	0,000	Valid
6	Y.6	0,734	0,2006	0,000	Valid

(Sumber: Hasil *output* SPSS Versi 26, 2026)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kecepatan Pengiriman (X2), dan Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman (Y) memiliki nilai *Pearson Correlation* lebih besar daripada nilai *r* tabel sebesar 0,2006. Selain itu, seluruh item memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada setiap variabel dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Pengujian reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* dengan kriteria bahwa instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60, sedangkan nilai kurang dari 0,60 menunjukkan bahwa instrumen tidak reliabel (Forester et al., 2024).

Tabel 4. Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Alpha	Hasil Validitas
1	Kualitas Pelayanan (X1)	0,869	0,60	Reliabel
2	Kecepatan Pengiriman (X2)	0,798	0,60	Reliabel
3	Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman (Y)	0,833	0,60	Reliabel

(Sumber: Hasil *output* SPSS Versi 26, 2026)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kecepatan Pengiriman (X2), dan Keputusan Penggunaan Jasa (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih tinggi dari 0,60. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

4.2. Uji Asumsi Klasik

4.2.1. Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov-Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.30453638
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.058
	Negative	-.108

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kecepatan Pengiriman terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman pada Pos Lion Parcel SRE Jakarta Pusat (Tarisa Fitriani Supriatna)

Test Statistic			.108
Asymp. Sig. (2-tailed)			.008 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.205 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.195
		Upper Bound	.216

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

(Sumber: Hasil *output* SPSS Versi 26, 2026)

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai sig sebesar 0,008, dimana kurang dari ketentuan nilai sig yaitu 0,05 ($0.008 < 0.05$), sehingga residual tidak mengikuti distribusi normal. Oleh karena itu, dilakukan pengujian lanjutan menggunakan metode *Monte Carlo* yang menghasilkan nilai *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* sebesar 0,205 yang mana jauh lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, residual dinyatakan berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas dalam model penelitian telah terpenuhi.

4.2.2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Uji *Glejser* Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.697	.937		.744	.459
	Kualitas Pelayanan	.035	.035	.176	1.011	.315
	Kecepatan Pengiriman	-.073	.070	-.181	-1.039	.301

a. Dependent Variable: ABS

(Sumber: Hasil *output* SPSS Versi 26, 2026)

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk model regresi kualitas pelayanan (X1) yaitu 0,315 dan kecepatan pengiriman (X2) yaitu 0,301 melebihi ketentuan nilai signifikan yaitu lebih tinggi dari 0,05 sehingga jelas bahwa dalam hal ini tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas

4.2.3. Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Kualitas Pelayanan	.351	2.853
Kecepatan Pengiriman	.351	2.853

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman

(Sumber: Hasil *output* SPSS Versi 26, 2026)

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF sebesar 2,853 (kurang dari 10,00) dan nilai *Tolerance* sebesar 0,351 (lebih dari 0,10). Berlandaskan temuan ini, multikolinearitas tidak ada, yang berarti bahwa variabel independen (kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman) tidak berkorelasi tinggi satu sama lain. Oleh karena itu, asumsi klasik terpenuhi oleh model regresi ini.

4.3. Pengujian Hipotesis

4.3.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman pada POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat. Hasil uji parsial (uji t) disajikan pada Tabel berikut:

**Tabel 8. Parsial (Uji t)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	.165	1.435		.115	.909			
Kualitas Pelayanan	.490	.054	.727	9.116	.000	.883	.687	.430
Kecepatan Pengiriman	.261	.108	.194	2.427	.017	.779	.244	.115

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman

(Sumber: Hasil *output* SPSS Versi 26, 2026)

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai t-hitung sebesar 9,116 > t-tabel 1,661 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman. Variabel kecepatan pengiriman (X2) juga memiliki nilai t-hitung sebesar 2,427 > t-tabel 1,661 dengan nilai signifikansi 0,017 < 0,05, sehingga kecepatan pengiriman berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman pada POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat.

4.3.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman. Pengujian dilakukan pada taraf signifikansi 0,05. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji F disajikan pada tabel berikut:

Tabel 9. Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	618.286	2	309.143	177.831	.000 ^b	
Residual	161.672	93	1.738			
Total	779.958	95				

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman

b. Predictors: (Constant), Kecepatan Pengiriman, Kualitas Pelayanan

(Sumber: Hasil *output* SPSS Versi 26, 2026)

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai F yang dihitung sebesar 177,831 dan nilai F dalam tabel sebesar 3,09 dari total 96 (96-2-1=93) menurut temuan uji F. Dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih rendah dari 0,05, dan nilai F sebesar 177,831 yang lebih tinggi dari nilai F tabel 3,09. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel X1 (kualitas pelayanan) dan variabel X2 (kecepatan pengiriman) mempunyai pengaruh terhadap variabel Y (keputusan penggunaan jasa pengiriman) pada POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat.

4.3.3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi (R²) disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 10. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.890 ^a	.793	.788	1.318

a. Predictors: (Constant), Kecepatan Pengiriman, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman

(Sumber: Hasil *output* SPSS Versi 26, 2026)

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,788. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman mampu menjelaskan keputusan penggunaan jasa pengiriman sebesar 79%, sedangkan sisanya sebesar 21% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

4.4. Pembahasan

4.4.1. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Variabel Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman (Y)

Hubungan parsial antara kualitas pelayanan (X1) dan keputusan penggunaan jasa pengiriman (Y) ditunjukkan oleh hasil pengujian hipotesis. Nilai t yang dihitung sebesar 9,116, yang jauh lebih besar daripada nilai t dalam tabel sebesar 1,661, serta nilai signifikansi 0,00 ($<0,05$), dengan jelas menunjukkan hal ini. Maka, peneliti menyimpulkan bahwa H_a diterima lalu menolak H_0 . Secara kuantitatif, kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 64% terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat. Temuan ini memperkuat penelitian terdahulu oleh (Febriyanti & Mutmainnah, 2026) mengemukakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berdampak terhadap keputusan pembelian atau penggunaan jasa pengiriman.

4.4.2. Pengaruh Variabel Kecepatan Pengiriman (X2) Terhadap Variabel Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman (Y)

Hubungan parsial antara kecepatan pengiriman (X2) dan keputusan penggunaan jasa pengiriman (Y) ditunjukkan oleh hasil pengujian hipotesis. Nilai t yang dihitung sebesar 2,427, yang jauh lebih besar daripada nilai t dalam tabel sebesar 1,661, serta nilai signifikansi 0,017 ($<0,05$), dengan jelas menunjukkan hal ini. Maka, peneliti menyimpulkan bahwa H_a diterima lalu menolak H_0 . Secara kuantitatif, kecepatan pengiriman memberikan kontribusi sebesar 15% terhadap keputusan pelanggan di POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat. Temuan ini memperkuat penelitian terdahulu oleh (Anggraeni et al., 2024) menunjukkan bahwa pertimbangan waktu pengiriman berkorelasi ketika memutuskan untuk menggunakan jasa pengiriman.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat perbedaan kontribusi antara kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman. Kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 64% sedangkan kecepatan pengiriman sebesar 15%. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat lebih mempertimbangkan aspek kualitas pelayanan dalam menentukan keputusan penggunaan jasa pengiriman dibandingkan dengan aspek kecepatan pengiriman. Hal ini dapat disebabkan oleh pengalaman pelanggan dalam berinteraksi secara langsung dengan petugas, seperti keramahan, kesigapan dalam melayani, kecepatan memberikan informasi, serta ketepatan dalam memproses dokumen pengiriman.

Temuan tersebut juga berkaitan dengan kondisi operasional POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat yang mengalami keterbatasan jumlah karyawan. Keterbatasan tersebut dapat berdampak langsung terhadap kualitas pelayanan, terutama dalam hal daya tanggap, keandalan, dan kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Kondisi ini menjadi semakin relevan dengan adanya penurunan transaksi yang paling drastis pada bulan Agustus sebesar 23,46%. Dengan demikian, besarnya kontribusi kualitas pelayanan dibandingkan kecepatan pengiriman menunjukkan bahwa peningkatan kualitas interaksi dan pelayanan di tingkat agen merupakan aspek yang lebih perlu diprioritaskan dalam meningkatkan keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman.

4.4.3. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kecepatan Pengiriman (X2) Terhadap Variabel Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman (Y)

Hubungan simultan antara kualitas pelayanan (X1) dan kecepatan pengiriman (X2) dengan keputusan penggunaan jasa pengiriman (Y) ditunjukkan oleh hasil pengujian simultan. Nilai f yang dihitung sebesar 177,831, yang jauh lebih besar daripada nilai f dalam tabel sebesar 3,09, serta nilai signifikansi 0,00 ($<0,05$), dengan jelas menunjukkan hal ini. Maka, peneliti menyimpulkan bahwa H_a diterima lalu menolak H_0 . Secara bersamaan, kedua variabel tersebut memberikan kontribusi sebesar 79% terhadap keputusan penggunaan jasa di POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat. Temuan ini memperjelas bahwa kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman merupakan satu kesatuan operasional yang tidak terpisahkan dalam membentuk keputusan pelanggan. Konsumen tidak hanya memprioritaskan keramahan dan responsivitas, tetapi juga menuntut ketepatan serta kecepatan pengiriman sebagai pendorong utama minat mereka dalam memilih jasa perusahaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman pada POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat. Secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dengan nilai $t\text{-hitung } 9,116 > 1,661$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, dengan kontribusi sebesar 64%, sedangkan kecepatan pengiriman berpengaruh signifikan dengan nilai $t\text{-hitung } 2,427 > 1,661$ dan signifikansi $0,017 < 0,05$, dengan kontribusi sebesar 15%. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman, dengan nilai $F\text{-hitung } 177,831 > 3,09$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi sebesar 79% menunjukkan bahwa keputusan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman, sedangkan 21% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Saran

- Bagi POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat, disarankan meningkatkan standar pelayanan melalui penambahan staf saat terjadi peningkatan jumlah pelanggan agar pelayanan tetap responsif, ramah, dan cepat.
- Bagi POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat, disarankan mengoptimalkan kecepatan pengiriman melalui pengadaan atau pengalokasian kurir khusus *pick-up* untuk mempercepat proses awal pengiriman barang.
- Bagi POS Lion Parcel SRE Jakarta Pusat, disarankan mengembangkan strategi pemasaran melalui penambahan karyawan khusus penjualan/*sales marketing* untuk menjaring pelanggan baru, khususnya pelaku UMKM, pedagang *online shop* lokal, maupun korporasi di wilayah Jakarta Pusat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Yusi Faizhatul Mulyaningsih, T., Satriawan, Yusuf, M., Yulianah, S., Irwansyah, R., Moonti, A., Sudarni, A. A. C., Endrawati, B. F., Suhadarliyah, Armiani, Andayani, S. U., & Tabun, M. A. (2022). *Manajemen Pemasaran* (A. Bairizki (ed.)). Seval Literindo Kreasi.
- Anggraeni, O. D., Septianti, E. P., & Siregar, B. W. S. (2024). Pengaruh Tarif dan Kecepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan E-commerce. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, Vol.10. <https://pdfs.semanticscholar.org/a534/3a44bc35deb35e7480902656adcc531db1a8.pdf>
- Antoro, B. (2025). Kesalahan Sistematis Penggunaan Skala Likert dalam Penelitian: Analisis Systematic Literature Review. *JURNAL MULTIDISIPLIN SOSIAL HUMANIORA*, Vol.2, No. <https://jurnal.ananpublisher.com/index.php/jms/article/view/163/55>
- Diansyah, Suryono, I., & Laksamana, M. I. (2023). Moderasi Sistem Pelacakan Atas Pengaruh Layanan Hari Libur Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa J&T Express. *Media Manajemen Jasa*.
- Febriani, M. H. D. (2024). Analisis Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pelacakan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sibir Multi Disiplin (JSMD)*, Vol.1, No.4, 193–200.
- Febriyanti, N., & Mutmainnah. (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi. *Jurnal Ilmiah IPS Dan Humaniora (JIH)*, Vol.4, No.1. <https://jurnalcendekia.id/index.php/jih/article/view/904/616>
- Guslina, I., Adha, A., & Giharjo. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pengiriman PT Bhinneka Tekno Sejati. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Pemasaran*, Vol.2, No.1. <https://e-journal.stimbudibakti.ac.id/index.php/jimapas/en/article/view/79/79>
- Hardana, A., Nasution, J., & Damisa, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. BSI Cabang Padang Sidempuan. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol.7, No.2. <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/12324/pdf>
- Hutagaol, K. (2025). Kajian Tentang Uji Asumsi Klasik Berbantuan SPSS. *Jurnal Padagogik*, Vol.8(2). <https://jurnal.unai.edu/jpd/article/view/4173/2711>
- Mushofa, Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Syntax Dmiration*, Vol.5, No.1. <https://jurnalsyntaxadmiration.com/index.php/jurnal/article/view/1992/1983>
- Parcel, L. (2026). *Lion Parcel Jasa Pengiriman Paket Kecil dan Besar Bisa COD Ongkir*. Lion Parcel. <https://lionparcel.com/>

- [12] Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., Komariah, K., & Saribadon, E. (2023). *Manajemen Pemasaran* (Zulfa (ed.)). penerbithaura.com.
- [13] Rehansyah, F., & Simatupang, L. N. (2023). Pengaruh Desain Produk, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia). *Jurnal Manajemen USNI*, Vol.7,No.2. <https://ojs.jekobis.org/index.php/manajemen/article/view/244/209>
- [14] Rohman, S., & Abdul, F. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Logistik Indonesia*, Vol.5,No.1.
- [15] Sembiring, B. P. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sayur Kota Medan* [Universitas Quality]. <http://portaluniversitasquality.ac.id:55555/2734/>
- [16] Syahroni, M. I. (2022). Prosedur Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Al-Musthafa STIT Al-Aziziyah Lombok Barat*, Vol.2,No.3. file:///C:/Users/acer/Downloads/4.-muhammad-irfan-syahroni-prosedur-penelitian-kuantitatif(1).pdf
- [17] Septiyadi, M. A. kohar, Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, Vol.3,(3). <https://pdfs.semanticscholar.org/749d/652e980e29b17909b401f8b3f3b1928b400e.pdf>
- [18] Tarigan, P. B. (2023). Analisis Asumsi Klasik Terhadap Faktor-Faktor Produktivitas Kerja Tenaga Permanen Di Perkebunan Kelapa Sawit. *AGRIPRIMATECH*, Vol.7,No.1. <https://jurnal.unprimdn.ac.id/index.php/Agriprimatech/article/view/4244/265>
- [19] Wardandy, I. S., Mukson, & Prastiwi, W. D. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Daging Ayam Boiler. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan, Idan PTEK*, Vol.18, No. <https://media.neliti.com/media/publications/470627-none-922dfefc.pdf>
- [20] Zaini, A. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen(Studi pada Konsumen “Warung Bek Mu 2” Banjarnayar Paciran Lamongan). *Journal oF Economics and Islamic Business*, Vol.02,No. <https://doi.org/10.55352>