MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MOMOLIN BAKERY

Titania Eka Putri[1], Dhuha Safria[2], Mentari Pratami[3]
[1,2,3] *Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika*
e-mail: [1]64220264@bsi.ac.id, [2]dhuha.dsf@bsi.ac.id,[3]mentari.mpm@bsi.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan Momolin Bakery, sebuah usaha keluarga di bidang roti dan kue yang berlokasi di Bekasi. Latar belakang penelitian didasarkan pada meningkatnya jumlah keluhan pelanggan terkait ketidaksesuaian produk dan keterlambatan pengiriman selama periode November 2025 hingga April 2026. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 pelanggan Momolin Bakery yang dipilih dengan teknik accidental sampling. Data dianalisis menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung 1,984 lebih besar dari t tabel 1,660. Ketepatan waktu pengiriman juga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung 4,019 lebih besar dari t tabel 1,660. Secara simultan, kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung 32,551 lebih besar dari F tabel 3,09 pada taraf signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,402 menunjukkan bahwa 40,2% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sedangkan 59,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Kepuasan Pelanggan

Abstract

This study aims to determine the influence of service quality and delivery timeliness on customer satisfaction at Momolin Bakery, a family-owned bakery business located in Bekasi. The background of this study is based on the increasing number of customer complaints regarding product discrepancies and delivery delays during the period of November 2025 to April 2026. This research uses a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 100 customers of Momolin Bakery selected through accidental sampling technique. Data were analyzed using data quality tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination test with the help of SPSS version 25. The results show that service quality partially has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a calculated t-value of 1.984 greater than the t-table of 1.660. Delivery timeliness also partially has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a calculated t-value of 4.019 greater than the t-table of 1.660. Simultaneously, service quality and delivery timeliness have a significant effect on customer satisfaction, with a calculated F-value of 32.551 greater than the F-table of 3.09 at a significance level of 0.000. The coefficient of determination (R Square) of 0.402 indicates that 40.2% of the variation in customer satisfaction can be explained by these two variables, while the remaining 59.8% is influenced by other factors outside this study.

Keywords: Service Quality, Delivery Timeliness, Customer Satisfaction

Article history
Received: Juli 2026
Reviewed: Juli 2026
Published: Juli 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

ISSN : 3025-9495

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, khususnya di industri makanan dan minuman, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan nilai lebih kepada pelanggan agar tetap bertahan dan berkembang. Momolin Bakery merupakan usaha keluarga di bidang produksi dan penjualan roti, kue, brownies, kue ulang tahun, serta snack box yang berlokasi di Bekasi, Jawa Barat, dan telah berdiri sejak tahun 2001. Perusahaan ini dituntut untuk menjaga kualitas pelayanan sekaligus ketepatan waktu pengiriman produk agar kepuasan dan loyalitas pelanggan tetap terjaga.

Kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (Masuku et al., 2024). Berdasarkan hasil wawancara dengan customer service Momolin Bakery pada April 2026, diperoleh informasi bahwa terjadi peningkatan komplain pelanggan setiap bulannya, antara lain terkait kurangnya ketelitian dalam melayani pelanggan, komunikasi yang kurang efektif, respons pelayanan yang lambat, penanganan komplain yang kurang baik, serta ketersediaan produk yang tidak sesuai informasi.

Data internal perusahaan periode November 2025-April 2026 menunjukkan jumlah produk tidak sesuai meningkat dari 25 kasus pada November menjadi 56 kasus pada April, dengan total 221 kasus. Pada periode yang sama, jumlah keterlambatan pengiriman meningkat dari 34 kasus menjadi 61 kasus, dengan total 279 kasus. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman menjadi dua faktor penting yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan Momolin Bakery.

Penelitian terdahulu oleh Fatah & Hanifah (2022) menemukan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan. Sejalan dengan itu, Wulandari (2023) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Adapun penelitian Mawarni & Adi (2022) menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat topik "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan Momolin Bakery".

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Momolin Bakery; (2) apakah terdapat pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan Momolin Bakery; dan (3) apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Momolin Bakery. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kedua variabel tersebut baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hasilnya dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan dalam meningkatkan layanan.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara akademik maupun praktis. Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan mendukung pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya kajian mengenai kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan kepuasan pelanggan pada usaha kuliner skala kecil dan menengah. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen Momolin Bakery dalam menyusun strategi peningkatan kualitas pelayanan dan perbaikan sistem distribusi guna mengurangi keluhan pelanggan serta mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri bakery yang semakin ketat.

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada faktor-faktor manajemen pemasaran, yaitu kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman sebagai variabel independen serta kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Penelitian dilakukan pada pelanggan Momolin Bakery selama periode April hingga Juni 2026 dengan melibatkan 100 responden yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2013) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kondisi yang selalu berubah dan dinamis yang berkaitan dengan produk dan jasa yang ditawarkan, kualitas sumber daya manusia yang memberikan pelayanan, proses pelayanan yang dijalankan, dan lingkungan tempat pelayanan dilakukan. Menurut Kotler dan Armstrong (2013 dalam Indrasari, 2019), kualitas pelayanan mencerminkan tingkat keunggulan yang ditunjukkan melalui berbagai karakteristik dan atribut yang melekat pada suatu produk maupun jasa dalam memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan. Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang mampu memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pelanggan melalui pengelolaan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses pelayanan yang efektif (Wulandari, 2023). Dimensi kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model SERVQUAL Kotler dan Keller (2016), yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible.

2. Ketepatan Waktu Pengiriman

Menurut Nistrom (2005), ketepatan waktu mengacu pada kemampuan perusahaan dalam mengirimkan barang sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan, di mana keterlambatan atau ketidaksesuaian waktu pengiriman berpotensi menimbulkan keluhan dari pelanggan. Pujawan (2021) mendefinisikan ketepatan waktu pengiriman sebagai kemampuan pemasok untuk mendistribusikan produk kepada pelanggan dalam waktu yang telah ditentukan dengan mempertimbangkan jarak tempuh, kapasitas produksi, dan riwayat pengiriman sebelumnya. Berdasarkan pendapat tersebut, ketepatan waktu pengiriman didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk mengirimkan produk kepada pelanggan dalam waktu yang telah ditetapkan dengan mempertimbangkan kesesuaian jumlah, kondisi, isi paket, dan tujuan pengiriman (Sihura, 2025). Dimensi yang digunakan mengacu pada Dinitzen (2010) meliputi delivery time, delivery flexibility, delivery accuracy, stock service, after-sales service, order management, marketing and communication, dan e-information.

3. Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2009) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan reaksi emosional yang timbul setelah konsumen menilai hasil yang diperoleh dari suatu produk atau jasa dan membandingkannya dengan harapan awal. Apabila hasil yang dirasakan sesuai atau melampaui harapan, pelanggan akan merasa puas, sedangkan apabila hasil berada di bawah harapan maka timbul ketidakpuasan (Urfany & Muthohar, 2022). Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diukur melalui indikator perasaan puas terhadap pelayanan dan solusi keluhan, kesediaan menggunakan kembali produk/jasa serta merekomendasikannya kepada orang lain, dan terpenuhinya harapan pelanggan atas pelayanan dan promosi yang diberikan.

4. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian Fatah & Hanifah (2022) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian Wulandari (2023) juga membuktikan hal serupa pada industri perhotelan. Sementara itu, penelitian Wulandari & Sevtiani (2022) dan Mawarni & Adi (2022) menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa ekspedisi. Penelitian Masuku et al. (2024) turut memperkuat bahwa kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman barang secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kencana et al. (2025) juga menunjukkan bahwa sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan penelitian Muhammad & Purnaya (2026) menegaskan bahwa ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan secara bersama-sama menjadi determinan penting kepuasan pelanggan pada layanan pengiriman paket. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian, yaitu Momolin Bakery, serta kombinasi kedua variabel independen yang diuji secara simultan pada konteks usaha bakery keluarga yang produknya bersifat mudah rusak (perishable) dan banyak dipesan untuk kebutuhan acara tertentu.

5. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Kerangka pemikiran penelitian ini menempatkan kualitas pelayanan (X1) dan ketepatan waktu pengiriman (X2) sebagai variabel independen yang memengaruhi kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan, melalui analisis regresi linear berganda (Sugiyono, 2020). Variabel independen dipilih berdasarkan permasalahan aktual yang dihadapi Momolin Bakery, yaitu peningkatan keluhan terkait ketidaksesuaian produk dan keterlambatan pengiriman, sedangkan variabel dependen dipilih karena kepuasan pelanggan merupakan indikator utama keberhasilan strategi pemasaran perusahaan dalam mempertahankan pelanggan di tengah persaingan usaha bakery yang semakin ketat. Berdasarkan kerangka tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut: H1: kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Momolin Bakery; H2: ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Momolin Bakery; dan H3: kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Momolin Bakery.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan ketepatan waktu pengiriman (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) di Momolin Bakery (Szent-Gyorgyi, 2022). Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang pernah membeli produk dan menggunakan layanan pengiriman Momolin Bakery. Penentuan sampel menggunakan teknik non-probability sampling jenis accidental sampling, yaitu responden dipilih berdasarkan kemudahan peneliti menjumpai mereka secara langsung selama memenuhi kriteria penelitian (Sihura, 2025).

Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% (z = 1,96), estimasi proporsi maksimal p = 0,5, dan margin of error d = 10%, sehingga diperoleh n = 96,04 yang dibulatkan menjadi 100 responden. Kriteria responden adalah pelanggan yang telah membeli produk Momolin Bakery minimal satu kali pada periode November 2025-April 2026 dan menggunakan layanan pengiriman.

Kualitas pelayanan (X1) diukur melalui lima

dimensi SERVQUAL yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible dengan 15 item pernyataan. Ketepatan waktu pengiriman (X2) diukur melalui dimensi delivery time, delivery flexibility, delivery accuracy, stock service, after-sales service, order management, marketing and communication, dan e-information dengan 8 item pernyataan. Kepuasan pelanggan (Y) diukur melalui dimensi perasaan puas, kesediaan menggunakan kembali produk/jasa, dan terpenuhinya harapan pelanggan dengan 10 item pernyataan. Ringkasan operasionalisasi variabel disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Jml. Item
Kualitas Pelayanan (X1)	Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangible	15
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	Delivery Time, Flexibility, Accuracy, Stock, After-Sales, Order Mgmt, Communication, E-Information	8
Kepuasan Pelanggan (Y)	Perasaan Puas, Penggunaan Kembali, Terpenuhinya Harapan	10

Sumber: Dwi Maulina (2022); Rohman & Abdul (2021); Pangestuti (2021), diolah peneliti (2026)

Data dikumpulkan melalui teknik observasi langsung dan kuesioner tertutup berskala Likert 1-5 (Sangat Tidak Setuju sampai Sangat Setuju) (Masuku et al., 2024). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung setiap item terhadap r tabel pada taraf signifikansi 5%; item dinyatakan valid apabila r hitung > r tabel atau nilai signifikansi

< 0,05. Uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dengan kriteria instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai alpha lebih besar dari 0,60. Teknik analisis data selanjutnya meliputi uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan linearitas), analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (R Square) menggunakan SPSS versi 25. Persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 \quad (1)$$

dengan Y = kepuasan pelanggan, X1 = kualitas pelayanan, X2 = ketepatan waktu pengiriman, a = konstanta, dan b1, b2 = koefisien regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Dari 100 responden, mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 66 orang (66%) dan laki-laki 34 orang (34%), yang mengindikasikan bahwa pelanggan perempuan lebih aktif dalam membeli produk bakery untuk kebutuhan pribadi maupun keluarga. Berdasarkan usia, kelompok 17-22 tahun mendominasi dengan 46 orang (46%), diikuti

kelompok 23-28 tahun sebanyak 40 orang (40%),

kelompok 29-34 tahun 10 orang (10%), dan kelompok di atas 35 tahun 4 orang (4%). Data ini menunjukkan bahwa pelanggan Momolin Bakery didominasi oleh kelompok usia produktif dan muda yang cenderung lebih aktif membeli produk makanan dan minuman serta terbuka terhadap berbagai layanan yang ditawarkan.

Deskripsi jawaban responden pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif. Sebagai contoh, pada pernyataan "karyawan Momolin Bakery memiliki kecakapan yang baik dalam melayani pelanggan", sebanyak 50% responden menyatakan sangat setuju dan 38% menyatakan setuju. Pada variabel ketepatan waktu pengiriman, pernyataan "Momolin Bakery memberikan informasi jelas ke pelanggan" memperoleh proporsi tertinggi dengan 49% sangat setuju dan 38% setuju. Sementara itu, pada variabel kepuasan pelanggan, pernyataan "terpenuhinya kebutuhan saya atas promosi yang diberikan Momolin Bakery" memperoleh 55% sangat setuju dan 33% setuju. Secara umum, hasil tabulasi menunjukkan kecenderungan penilaian positif pada ketiga variabel, meskipun masih terdapat proporsi responden yang menyatakan netral hingga tidak setuju pada beberapa item, khususnya terkait penanganan masalah produk dan ketepatan estimasi pengiriman.

2. Uji Kualitas Data

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung terhadap r tabel pada taraf signifikansi 5% dengan derajat bebas (n-2) = 98, sehingga diperoleh r tabel sebesar 0,1966. Seluruh item pernyataan pada variabel X1, X2, dan Y memiliki nilai r hitung di atas 0,1966 sehingga dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,924	Reliabel
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	0,805	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,849	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25 (2026)

Nilai Cronbach's Alpha ketiga variabel berada di atas batas minimum 0,60 sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan konsisten untuk digunakan (Sihura, 2025).

3. Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas melalui histogram, P-Plot,

dan uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) di atas 0,05 untuk variabel X1, X2, dan Y, sehingga data residual berdistribusi normal. Pola sebaran histogram residual membentuk kurva menyerupai lonceng yang simetris dengan puncak di sekitar titik nol, sedangkan titik-titik pada P-Plot menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga memperkuat kesimpulan bahwa asumsi normalitas terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk pengujian lebih lanjut. Uji heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot menunjukkan titik-titik data tersebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, seperti pola bergelombang, mengerucut, atau melebar, di sekitar angka nol pada sumbu Y, yang berarti model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan varians residual antarpengamatan relatif konstan (homoskedastisitas).

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan (X1)	0,484	2,064
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	0,484	2,064

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25 (2026)

Nilai tolerance kedua variabel sebesar 0,484 (>0,10) dan nilai VIF sebesar 2,064 (<10), sehingga tidak terjadi multikolinearitas antarvariabel independen. Uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi deviation from linearity untuk X1 sebesar 0,09 dan X2 sebesar 0,42, keduanya di atas 0,05, sehingga hubungan X1 dan X2 terhadap Y bersifat linear dan model regresi linear berganda layak digunakan.

4. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel independen, sedangkan uji F digunakan untuk menguji pengaruh simultan. Hasil kedua pengujian disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Parsial (t) dan Simultan (F)

Variabel	t/F hitung	t/F tabel	Sig.
Kualitas Pelayanan (X1)	1,984	1,660	0,050
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	4,019	1,660	0,000
Simultan (X1, X2 -> Y)	32,551	3,09	0,000

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25 (2026)

Nilai t hitung variabel kualitas pelayanan (1,984) lebih besar dari t tabel (1,660) dengan signifikansi 0,050, sehingga H1 diterima: kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t hitung variabel ketepatan waktu pengiriman (4,019) lebih besar dari t tabel (1,660) dengan signifikansi 0,000, sehingga H2 diterima: ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai F hitung (32,551) lebih besar dari F tabel (3,09) dengan signifikansi 0,000, sehingga H3 diterima: kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Perbandingan nilai t hitung menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman (4,019) memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan kualitas pelayanan (1,984). Hal ini juga didukung oleh nilai koefisien determinasi parsial, di mana ketepatan waktu pengiriman mampu menjelaskan 38,2% variasi kepuasan pelanggan, lebih besar dibandingkan kualitas pelayanan yang hanya menjelaskan 29,2%. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks bisnis bakery yang produknya mudah rusak dan sering dipesan untuk kebutuhan acara tertentu, aspek ketepatan waktu pengiriman menjadi perhatian utama pelanggan dibandingkan aspek pelayanan interpersonal semata.

5. Koefisien Determinasi dan Regresi Linear Berganda

Hasil uji koefisien determinasi secara simultan menunjukkan nilai R Square sebesar 0,402 (Tabel 5), yang berarti 40,2% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman, sedangkan 59,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti harga, promosi, kualitas produk, dan citra perusahaan.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adj. R Square
X1 -> Y	0,540	0,292	0,284
X2 -> Y	0,618	0,382	0,376
X1, X2 -> Y	0,634	0,402	0,389

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25 (2026)

Hasil analisis regresi linear berganda disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	t	Sig.
(Constant)	17,953	5,394	0,000
Kualitas Pelayanan (X1)	0,141	1,984	0,050
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	0,515	4,019	0,000

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 25 (2026)

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh persamaan regresi Y
= 17,953 + 0,141X1 + 0,515X2. Nilai konstanta 17,953 menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman bernilai nol, kepuasan pelanggan berada pada skor 17,953. Koefisien regresi X1 sebesar 0,141 berarti setiap peningkatan satu satuan kualitas

pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,141 satuan dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien regresi X2 sebesar 0,515 menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan kualitas pelayanan.

6. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Momolin Bakery, sejalan dengan temuan Wulandari (2023) dan Fatah & Hanifah (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama penentu kepuasan pelanggan. Pelayanan yang cepat, ramah, sopan, responsif, dan mampu menyelesaikan masalah pelanggan cenderung meningkatkan kepuasan mereka. Meskipun demikian, tingkat signifikansi X1 berada tepat pada batas 0,05, sehingga perusahaan tetap perlu memperhatikan konsistensi kualitas pelayanan, terutama dalam menangani keluhan terkait ketidaksesuaian produk.

Ketepatan waktu pengiriman terbukti berpengaruh lebih dominan terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan kualitas pelayanan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi dan nilai t hitung yang lebih besar. Temuan ini konsisten dengan penelitian Wulandari & Sevtiani (2022) dan Mawarni & Adi (2022) yang menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, khususnya pada bisnis yang produknya mudah rusak dan sering dipesan untuk acara tertentu. Keterlambatan pengiriman yang meningkat dari 34 kasus menjadi 61 kasus selama periode penelitian menegaskan pentingnya perbaikan sistem distribusi Momolin Bakery.

Secara simultan, kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, memperkuat temuan Muhammad & Purnaya (2026). Nilai R Square sebesar 40,2% menunjukkan bahwa kedua variabel ini merupakan faktor penting, namun bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan Momolin Bakery. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan kompetensi karyawan dalam melayani pelanggan sekaligus memperbaiki sistem manajemen pengiriman agar kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat terus terjaga.

Temuan ini juga memberikan implikasi praktis bagi manajemen Momolin Bakery. Pertama, peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan melalui pelatihan rutin bagi karyawan dalam hal komunikasi, kecepatan tanggap, dan penanganan komplain, mengingat dimensi responsiveness dan reliability merupakan aspek yang paling banyak dikeluhkan pelanggan. Kedua, perbaikan ketepatan waktu pengiriman dapat dilakukan melalui optimalisasi rute distribusi, penambahan armada pada periode permintaan tinggi seperti akhir pekan dan hari besar, serta pemanfaatan sistem informasi tracking agar pelanggan dapat memantau status pesanan secara real time. Ketiga, mengingat kontribusi kedua variabel terhadap kepuasan pelanggan baru mencapai 40,2%, penelitian selanjutnya perlu mengeksplorasi variabel lain seperti harga, kualitas produk, dan citra perusahaan yang secara teoritis turut membentuk kepuasan pelanggan pada industri bakery.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat kerangka teoritis bahwa kepuasan pelanggan pada usaha kuliner skala kecil dan menengah sangat dipengaruhi oleh kombinasi antara kualitas interaksi layanan dan keandalan proses distribusi. Bagi Momolin Bakery, keberhasilan menjaga kedua aspek ini secara konsisten akan berdampak pada peningkatan repeat order, rekomendasi positif dari pelanggan kepada calon pelanggan baru, serta penguatan reputasi merek di tengah persaingan industri bakery yang terus tumbuh seiring meningkatnya gaya hidup masyarakat yang praktis dan konsumtif.

Kontribusi teoritis penelitian ini terletak pada penguatan bukti empiris mengenai relevansi dimensi SERVQUAL dan dimensi ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada konteks usaha keluarga skala kecil dan menengah (UKM) di sektor bakery, yang selama ini lebih banyak diteliti pada konteks jasa ekspedisi maupun ritel besar. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pelaku UKM sejenis dalam menyusun prioritas perbaikan operasional. Kontribusi praktisnya adalah tersedianya bukti kuantitatif yang menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman memberikan pengaruh yang relatif lebih besar dibandingkan kualitas pelayanan interpersonal, sehingga investasi perbaikan pada sistem logistik dan distribusi selayaknya menjadi prioritas utama tanpa mengesampingkan peningkatan kompetensi pelayanan karyawan secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasilnya. Pertama, teknik accidental sampling yang digunakan berpotensi menghasilkan sampel yang kurang representatif terhadap keseluruhan populasi pelanggan Momolin Bakery. Kedua, penelitian ini hanya menguji dua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman, sehingga nilai koefisien determinasi sebesar 40,2% menunjukkan masih terdapat 59,8% faktor lain yang belum terjelaskan, seperti harga, kualitas produk, promosi, dan citra perusahaan. Ketiga, data dikumpulkan pada satu periode waktu (cross-sectional) sehingga belum dapat menggambarkan perubahan persepsi pelanggan dari waktu ke waktu.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa: (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Momolin Bakery, ditunjukkan oleh nilai t hitung 1,984 > t tabel 1,660; (2) ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ditunjukkan oleh nilai t hitung 4,019 > t tabel 1,660; dan (3) kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai F hitung 32,551 > F tabel 3,09 dan R Square sebesar 0,402 atau 40,2%.

Perusahaan disarankan untuk secara berkala melatih karyawan dalam keterampilan komunikasi, penanganan komplain, dan pelayanan prima, serta memberikan kewenangan tertentu kepada karyawan lini depan untuk menyelesaikan masalah sederhana tanpa harus menunggu persetujuan atasan, sehingga keluhan pelanggan dapat ditangani lebih cepat. Selain itu, perusahaan perlu memperbaiki sistem manajemen pengiriman melalui perencanaan distribusi yang lebih efisien, evaluasi rutin terhadap penyebab keterlambatan seperti kendala lalu lintas dan keterbatasan armada, serta pemanfaatan teknologi penjadwalan pengiriman. Transparansi informasi status pesanan kepada pelanggan, misalnya melalui notifikasi otomatis dan media komunikasi seperti WhatsApp, juga perlu ditingkatkan untuk memperkuat kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, kualitas produk, promosi, atau citra perusahaan agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai determinan kepuasan pelanggan pada industri bakery.

REFERENSI

Dinitzen, H. B. (2010). Delivery Time Performance and Customer Satisfaction in Logistics Service. International Journal of Logistics Management.

Ekonomi, F., Lampung, U. B., Za, J., Alam, P., Labuhan, N., & Lampung, B. (2026). Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengiriman Paket (Studi Kasus pada PT. Kiki Ratu Intan Express). Jurnal Manajemen, 6(1), 25-32.

Fatah, M. R. A. Al, & Hanifah, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Jurnal Pendidikan Dan Konseling, 4(2021), 12975-12981.

Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press.

Kencana, D. S., Al Munir, S., & Mahardika, Y. P. (2025). Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Lentera Bisnis, 14(2), 2926-2939.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.

Marliani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bolu Salak Kenanga Kota Padangsidimpuan. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Masuku, D., Joesah, N., & Kusuma, A. B. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan. JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi, 1(3), 208-222.

Mawarni, O. D., & Adi, S. W. (2022). Pengaruh Fasilitas Sistem Pelacakan Online, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express. Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 10(1), 445-450.

Mochamad Nashrullah, S. P., Okvi Maharani, S. P., Abdul Rohman, S. P., Fahyuni, E. F., & Nurdyansyah. (2023). Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data).

Pangestuti, A., & Pratama, S. T. I. E. M. (2021). Analisis Pengaruh Strategi Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Exo Point. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mulia Pratama Bekasi.

Putri, H. J., & Murhayati, S. (2025). Metode Pengumpulan Data Kualitatif. Jurnal Ilmiah, 9, 13074-13086.

Rohman, S., & Abdul, F. W. (2021). Pengaruh Pelayanan Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express di Masa Pandemi Covid-

19. Jurnal Manajemen, 5(1), 73-85.

Sihura, K. S. (2025). Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Kirim JNE Express di Nias Selatan. Universitas Medan Area.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Szent-Gyorgyi, A. (2022). Identifikasi Penelitian dan Perumusan Masalah Penelitian. Pengantar Metodologi Penelitian Pendekatan Multidisipliner, 19.

Tjiptono, F. (2013). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Andi Offset.

Urfany, N., & Muthohar, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. Jurnal Ilmu

Manajemen, 1(6), 273-284.

Wahyuni, V. (2022). Validitas dan Reliabilitas Instrumen Tes Kemampuan Komunikasi Matematis Materi Relasi Dan Fungsi. Jurnal Sustainable, 5(1), 89-99.

Wulandari, W. (2023). Kepuasan Tamu AW Hotel Syariah di Kuala Tungkal. Universitas Batanghari Jambi.

Wulandari, D., & Sevtiani, T. (2022). Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Ekspedisi. Jurnal Manajemen dan Bisni