

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PT ZEN AMBULANCE INDONESIAMuhammad Syarif Adnan¹, Heri kuswara²

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

syarifadnan04@gmail.com¹, heri.hrk@bsi.ac.id²**Abstract**

This study aims to find out how much service quality and timeliness affect customer satisfaction, looking at the independent variables (service quality and timeliness) and their impact on the dependent variable (customer satisfaction). The study sample consisted of 50 respondents. The data was processed using SPSS version 27. The data collected through questionnaires were tested for validity and reliability, and the hypothesis was tested using multiple linear regression, T-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2). The results of the multiple linear regression show that customer satisfaction is influenced by service quality by 0.435 and timeliness by 0.237. This shows that service quality has a t-value of $5.493 > t\text{-table } 1.676$ with a significance value of $0.000 < 0.05$, so we can say H_1 is accepted, meaning service quality (X_1) has a significant partial effect on customer satisfaction (Y). Punctuality (X_2) got a t-value of $2.800 > t\text{-table } 1.676$ with a significance of $0.007 < 0.05$, so we can say that H_2 is accepted, meaning punctuality (X_2) partially has a significant effect on consumer satisfaction (Y). The determination coefficient (R^2) using the adjusted R square value is 0.686. This is shown by service quality and punctuality having an F-value of $54.426 > F\text{-table } 0.319$ with a significance of $0.000 < 0.05$, so H_3 is accepted, meaning service quality (X_1) and punctuality (X_2) together have a significant effect on consumer satisfaction (Y) at PT. Zen Ambulance Indonesia.

Keywords: Service Quality, Punctuality, Consumer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen yang meliputi variabel bebas (independen) kualitas pelayanan dan ketepatan waktu mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (dependen) kepuasan konsumen. sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 50 responden. Pengolahan data yang dilakukan penelitian ini dengan menggunakan bantuan SPSS versi 27. Sampling data yang diperoleh melalui kuesioner diuji kuantitas yaitu validitas, reliabilitas dan uji hipotesis menggunakan regresi linear berganda, uji T dan uji F, uji determinasi (R^2). Dari hasil regresi linear berganda menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 0,435 dan ketepatan waktu sebesar 0,237, Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memperoleh nilai thitung sebesar $5,493 > ttabel 1,676$ dengan nilai

Article history

Received: September 2026

Reviewed: September 2026

Published: September 2026

Plagiarism checker no 80

Copyright : author**Publish by : musytari**

This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, yang berarti kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). ketepatan waktu (X2) memperoleh nilai thitung sebesar $2,800 > ttabel 1,676$ dengan nilai signifikan sebesar $0,007 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang berarti ketepatan waktu (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil koefisien determinasi (R²) menggunakan nilai adjusted r square sebesar 0,686. Hal ini dibuktikan dengan kualitas pelayanan dan ketepatan waktu menunjukkan bahwa fhitung sebesar $54,426 > ftabel 0,319$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang berarti kualitas pelayanan (X1) dan ketepatan waktu (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT. Zen Ambulance Indonesia.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap perusahaan. Pelayanan yang ramah, responsif, serta didukung oleh tenaga medis yang kompeten akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. Dalam era persaingan bisnis jasa yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas guna memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Menurut data Kemenkes RI tahun 2018 dalam Dewi et al. (2023), terdapat 60% tenaga kerja kesehatan di Indonesia belum memenuhi kebutuhan pelayanan yang efisien serta belum melaksanakan standar pelayanan yang mampu diterima agar dapat dijangkau setiap masyarakat.

Selain kualitas pelayanan, ketepatan waktu juga menjadi faktor krusial dalam layanan ambulans. Dalam kondisi darurat, keterlambatan dapat berdampak serius terhadap keselamatan pasien. Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan secara cepat dan tepat waktu menjadi salah satu indikator utama dalam menilai kinerja perusahaan. Menurut Nuriyanto dalam Hutasuht Novira Anggini et al. (2022), bersama-sama, regulator dan operator bisa meningkatkan ketepatan waktu dengan menetapkan pedoman operasional yang ketat dan kerangka perencanaan yang kuat.

PT. Zen Ambulance Indonesia sebagai penyedia jasa layanan ambulans memiliki tanggung jawab besar dalam memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Salah satu sektor jasa yang memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat adalah jasa transportasi medis, khususnya layanan ambulans. Layanan ini tidak hanya menuntut kecepatan, tetapi juga ketepatan, kenyamanan, serta profesionalisme dalam penanganan pasien. Menurut Adianti & Trimarjono (2023), kepuasan pelanggan adalah dedikasi jangka panjang konsumen terhadap bisnis dan barang atau jasa yang ditawarkannya, ditunjukkan melalui perilaku dan sikap yang konsisten serta setia terhadap bisnis dan barang atau jasanya.

Namun, dalam praktiknya masih terdapat berbagai masalah yang dapat memengaruhi kualitas pelayanan dan ketepatan waktu, seperti faktor operasional, kondisi lalu lintas, kesiapan tenaga medis, maupun sistem manajemen yang diterapkan. Apabila kedua aspek tersebut tidak dikelola dengan baik, maka dapat menimbulkan ketidakpuasan konsumen yang pada akhirnya berdampak pada citra dan keberlangsungan perusahaan.

Dapat kita lihat bahwa kualitas pelayanan dan ketepatan waktu memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen. Dari penelitian terdahulu sudah banyak yang meneliti terkait pengaruh kualitas layanan dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen pada sektor transportasi umum, rumah sakit, dan logistik. Namun, penelitian yang fokus pada sektor jasa ambulans swasta seperti PT Zen Ambulance Indonesia masih sangat terbatas, padahal karakteristik layanannya berbeda: sifatnya darurat, waktu respons kritis, dan melibatkan kondisi psikologis konsumen yang sedang cemas. Hasil penelitian di sektor transportasi biasa belum tentu bisa digeneralisasi ke jasa ambulans karena tingkat urgensi dan ekspektasi konsumen jauh lebih tinggi.

Walaupun terdapat persamaan variabel dan metode penelitian, terdapat perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu letak lokasi tempat penelitian. Lokasi penelitian dilakukan pada PT. Zen Ambulance Indonesia Kebon Jeruk. Berdasarkan dari latar belakang masalah dan penelitian terdahulu, oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Zen Ambulance Indonesia Kebon Jeruk.”

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat kemampuan suatu organisasi atau perusahaan dalam memberikan layanan yang mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan secara konsisten. Menurut Arianto dalam Ayunani et al. (2023), memenuhi tuntutan dan spesifikasi serta segera memuaskan keinginan pelanggan merupakan komponen kunci dari kualitas layanan. Menurut Adianti & Trimarjono (2023), tingkat layanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan klien atau pengguna dikenal sebagai kualitas layanan. Menurut Adhari dalam Solihin & Kurniawan (2024), kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik penyedia layanan dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya.

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang cepat, ramah, tepat, dan sesuai harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas terhadap layanan yang diterima.

Menurut Tjiptono dalam Aprileny et al. (2022), terdapat lima indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti langsung (*Tangibles*), meliputi kebersihan ambulans, kelengkapan alat medis, dan kerapian seragam petugas.
2. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan memberi layanan sesuai janji secara tepat dan konsisten, seperti ambulans datang sesuai waktu yang dijanjikan dan prosedur penanganan sesuai standar.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu kesediaan membantu konsumen dengan cepat dan tanggap, seperti petugas cepat merespon panggilan darurat.
4. Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan petugas menumbuhkan rasa percaya.
5. Empati (*Empathy*), yaitu perhatian pribadi yang diberikan kepada konsumen, seperti petugas peduli terhadap kondisi pasien atau keluarga dan memahami kebutuhan darurat.

Ketepatan Waktu

Ketepatan waktu adalah tingkat kesesuaian antara waktu pelaksanaan suatu kegiatan dengan waktu yang telah direncanakan, dijadwalkan, atau ditetapkan sebelumnya, sehingga aktivitas dapat berlangsung tanpa keterlambatan maupun penundaan. Menurut Izharuddin Pagala (2023), ketepatan waktu dalam pelayanan berarti kemampuan untuk memberikan

layanan dengan cepat agar kepuasan klien meningkat. Menurut Fikih et al. (2025), pelanggan menginginkan layanan yang cepat, akurat, dan tepat waktu, sehingga keterlambatan dalam pengiriman atau layanan bisa mengurangi kepuasan mereka.

Dapat disimpulkan bahwa ketepatan waktu terhadap kepuasan pelayanan adalah kemampuan pemberi layanan dalam menyelesaikan pelayanan secara cepat, tepat, dan sesuai waktu yang telah dijanjikan sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan atau pengguna jasa.

Menurut Sovia Pramudita (2025), indikator dalam ketepatan waktu sebagai berikut:

1. Respon cepat, yaitu kemampuan perusahaan atau penyedia jasa dalam menanggapi kebutuhan, pertanyaan, maupun keluhan konsumen dengan segera.
2. Tepat janji, berarti perusahaan mampu memberikan layanan sesuai dengan waktu atau komitmen yang telah dijanjikan kepada konsumen.
3. Minim penundaan, yaitu kondisi ketika keterlambatan layanan atau pengiriman dapat ditekan seminimal mungkin.
4. Waktu tempuh stabil, berarti durasi pelayanan atau pengiriman konsisten dan tidak berubah-ubah secara signifikan.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen terjadi ketika pelanggan membandingkan harapan mereka terhadap suatu produk atau layanan dengan kinerja aktual yang mereka terima. Menurut Tjiptono dalam Komalasari et al. (2022), saat seorang konsumen membandingkan pandangannya tentang kinerja suatu produk dengan harapannya, mereka mungkin merasa puas atau kecewa. Menurut Gök & Baltacı dalam Yerizal (2024), kepuasan pelanggan adalah persepsi keseluruhan yang dimiliki konsumen terhadap barang dan jasa setelah mereka membelinya dan menggunakannya.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah sejauh mana seorang pelanggan merasa puas setelah menggunakan suatu produk atau layanan dengan membandingkan kinerja atau manfaat yang diperoleh dengan harapan mereka sebelum membeli. Jika produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kepuasan akan tercapai.

Menurut Komalasari et al. (2022), indikator kepuasan konsumen meliputi:

1. Kualitas produk atau jasa, meliputi produk sesuai harapan, produk tahan lama, kinerja produk baik, dan memiliki keunggulan dibanding produk lain.
2. Harga, meliputi harga terjangkau, harga sesuai kualitas, harga sesuai manfaat, dan adanya nilai yang dirasakan konsumen.
3. Kualitas pelayanan, meliputi pelayanan cepat, keramahan pegawai, responsif terhadap keluhan, dan memberikan informasi jelas.
4. Faktor emosional, meliputi rasa bangga menggunakan produk, meningkatkan rasa percaya diri, timbul rasa nyaman dan senang, serta memberikan nilai prestise.
5. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa, meliputi produk mudah diperoleh, proses pembelian mudah, menghemat waktu dan tenaga, serta lokasi mudah dijangkau.

Hipotesis

Adapun hipotesis penelitian ini merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang sudah diteliti. Berikut hipotesis didalam penelitian ini, yaitu:

H₀: Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan.

Konsumen pada PT. Zen Ambulance Indonesia.

H₁: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Zen Ambulance Indonesia.

H₀: Ketepatan Waktu tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Zen Ambulance Indonesia.

H₂: Ketepatan Waktu berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Zen Ambulance Indonesia.

H₀: Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu tidak berpengaruh signifikan secara parsial Terhadap Konsumen pada PT. Zen Ambulance Indonesia.

H₃: Kualitas pelayanan dan ketepatan waktu Berpengaruh signifikan secara simultan Terhadap kepuasan konsumen Pada PT. Zen Ambulance Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono dalam Irfan Syahrani et al. (2022), metode penelitian kuantitatif menggunakan alat kuantitatif dan statistik serta analisis data untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen pada PT. Zen Ambulance Indonesia, baik secara parsial maupun simultan.

Data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, dan studi kepustakaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling/cluster sampling*, dengan dasar pengambilan sampel berdasarkan kelompok wilayah dan responden yang pernah menggunakan jasa ambulans minimal 2 kali. Sampel yang diambil sebanyak 50 responden dari populasi yang terbatas di daerah Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

Data penelitian diuji menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, serta analisis regresi linear berganda. Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis dengan uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil dari proses ini digunakan untuk menarik kesimpulan dan memberikan saran sesuai temuan penelitian.

HASIL PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Penelitian dilakukan pada PT. Zen Ambulance Indonesia dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 50 responden. Kuesioner terdiri dari 36 pernyataan yang sesuai dengan indikator variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepuasan konsumen.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	23	46,0%
	Perempuan	27	54,0%
Jumlah		50	100%
Usia	18-25 Tahun	29	58,0%
	26-35 Tahun	10	20,0%
	36-40 Tahun	5	10,0%
	>40 Tahun	6	12,0%
Jumlah		50	100%
Pendidikan	D3	4	8,0%
	S1	27	54,0%
	SMA/K	19	38,0%
Jumlah		50	100%

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 27 (2026)

Berdasarkan Tabel 1, dari 50 responden terdapat 27 responden perempuan (54,0%) dan 23 responden laki-laki (46,0%). Berdasarkan usia, responden terbanyak berusia 18-25 tahun sebanyak 29 orang (58,0%). Berdasarkan pendidikan, responden terbanyak memiliki pendidikan S1 sebanyak 27 orang (54,0%).

Deskripsi Variabel Penelitian

Data penelitian diperoleh melalui kuesioner dengan skala *Likert*, yaitu STS (Sangat Tidak Setuju) = 1, TS (Tidak Setuju) = 2, KS (Kurang Setuju) = 3, S (Setuju) = 4, dan SS (Sangat Setuju) = 5. Hasil rata-rata jawaban responden pada masing-masing 6 variabel disajikan sebagai berikut.

Tabel 2. Rata-rata Jawaban Responden

Variabel	Jumlah Pernyataan	Mean Terendah	Mean Tertinggi
Kualitas Pelayanan (X1)	15	4,00	4,40
Ketepatan Waktu (X2)	12	3,98	4,28
Kepuasan Konsumen (Y)	10	4,14	4,42

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 2027 (2026)

Berdasarkan Tabel 2, rata-rata jawaban responden pada variabel kualitas pelayanan berada pada rentang 4,00-4,40, ketepatan waktu berada pada rentang 3,98-4,28, sedangkan kepuasan konsumen berada pada rentang 4,14-4,42. Data tersebut menunjukkan hasil jawaban 50 responden terhadap masing-masing pernyataan pada ketiga variabel penelitian.

2. Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menentukan dan menilai keabsahan setiap pernyataan dalam kuesioner penelitian. Pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel dengan tingkat signifikansi $< 0,05$. Sebaliknya, apabila nilai r hitung kurang dari r tabel, maka pernyataan dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepuasan konsumen disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Tabel	R Hitung	Keterangan
X1 (Kualitas Pelayanan)	X1.1	0,279	0,361	Valid
	X1.2	0,279	0,395	Valid
	X1.3	0,279	0,341	Valid
	X1.4	0,279	0,436	Valid
	X1.5	0,279	0,400	Valid
	X1.6	0,279	0,617	Valid
	X1.7	0,279	0,572	Valid
	X1.8	0,279	0,483	Valid
	X1.9	0,279	0,650	Valid
	X1.10	0,279	0,556	Valid
	X1.11	0,279	0,559	Valid
	X1.12	0,279	0,555	Valid
	X1.13	0,279	0,541	Valid
	X1.14	0,279	0,484	Valid
X2 (Ketepatan Waktu)	X2.1	0,279	0,500	Valid
	X2.2	0,279	0,417	Valid
	X2.3	0,279	0,571	Valid
	X2.4	0,279	0,569	Valid

	X2.5	0,279	0,455	Valid
	X2.6	0,279	0,541	Valid
	X2.7	0,279	0,485	Valid
	X2.8	0,279	0,594	Valid
	X2.9	0,279	0,550	Valid
	X2.10	0,279	0,678	Valid
	X2.11	0,279	0,491	Valid
	X2.12	0,279	0,611	Valid
Y (Kepuasan Konsumen)	Y.1	0,279	0,516	Valid
	Y.3	0,279	0,502	Valid
	Y.4	0,279	0,663	Valid
	Y.5	0,279	0,557	Valid
	Y.6	0,279	0,609	Valid
	Y.7	0,279	0,651	Valid
	Y.8	0,279	0,552	Valid
	Y.9	0,279	0,711	Valid
	Y.10	0,279	0,644	Valid

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 2027 (2026)

Berdasarkan Tabel 3, dinyatakan bahwa hasil dari perhitungan keseluruhan dari semua thitung lebih besar dari pada rtabel. Yang di mana nilai signifikansi $\alpha = 0.05$ merupakan norma umum, sehingga profitabilitas dari kedua set data tersebut hanya 5%. Hasil penelitian dinilai lebih signifikan jika dihitung menggunakan rumus $rtabel\ df = (n-2)$, yaitu $df = (50 - 2)$ sebesar 0,279. Dengan demikian, semua pernyataan dalam semua variabel adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah instrumen dinyatakan valid untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepuasan konsumen disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,794	15	Reliabel
Ketepatan Waktu (X2)	0,777	12	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,764	10	Reliabel

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 2027 (2026)

Berdasarkan Tabel 4, nilai *Cronbach's Alpha* variabel kualitas pelayanan sebesar 0,794, ketepatan waktu sebesar 0,777, dan kepuasan konsumen sebesar 0,764. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga seluruh pernyataan pada ketiga variabel dinyatakan reliabel..

3. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan independen dalam model regresi memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Standardized Residual
N			50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.97937923
Most Extreme Differences	Absolute		.090
	Positive		.090
	Negative		-.061
Test Statistic			.090
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.388
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.376
		Upper Bound	.401
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.			

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 2027 (2026)

Berdasarkan Tabel 5, Uji Normalits pada *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dapat diketahui bahwasannya dengan melihat angka signifikansi pada (*Asymp. Sig. 2-tailed*) sebesar $0.200 > 0.05$ yang angka signifikannya > 0.05 . Maka bisa disimpulkan bahwa angka distribusi data residual normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 . Hasil pengujian multikolinearitas disajikan pada tabel berikut.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.662	3.791		.966	.339		
	Kualitas pelayanan	.435	.079	.598	5.493	.000	.541	1.849
	Ketepatan waktu	.237	.085	.305	2.800	.007	.541	1.849

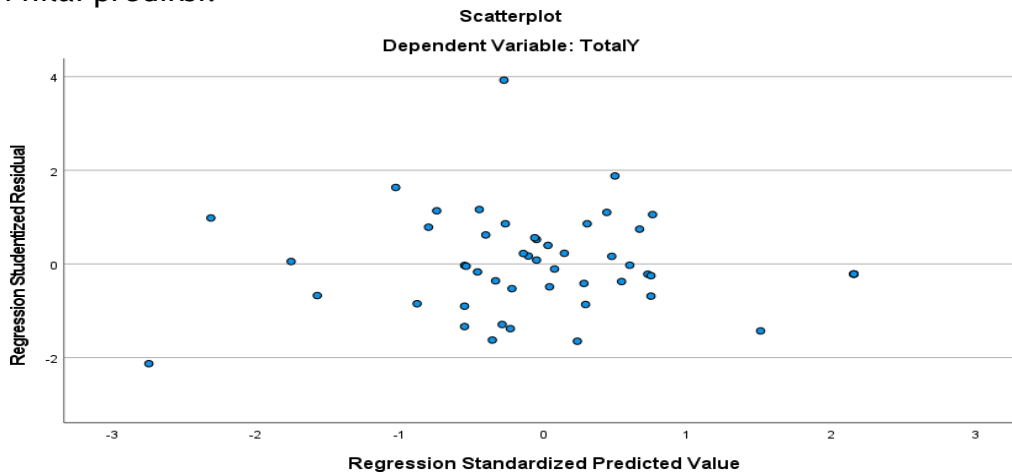
a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 2027 (2026)

Berdasarkan Tabel 6, dapat disimpulkan uji multikolinearitas diketahui bahwasannya jumlah *tolerance* dalam variabel Kualitas pelayanan (X1) yaitu $0.541 > 0.1$ dan jumlah VIF $1.849 < 10$. Sementara itu variabel Ketepatan waktu (X2) yaitu $0.541 > 0.1$ dan jumlah VIF $1.849 < 10$, maka bisa dikatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan dalam varians residual antar pengamatan. Pengujian dilakukan menggunakan *scatterplot* antara nilai residual dan nilai prediksi.

**Gambar 1. Grafik Heteroskedastisitas**

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 2027 (2026)

Grafis *scatterplot* di atas mengilustrasikan bahwa titik-titik yang dihasilkan tersebar secara acak dan tidak membentuk pola atau garis tertentu dengan jelas. Hasil pengujian ini mengidentifikasi bahwa model regresi ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda**Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.662	3.791		.966	.339		
	Kualitas pelayanan	.435	.079	.598	5.493	.000	.541	1.849
	Ketepatan waktu	.237	.085	.305	2.800	.007	.541	1.849

a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 2027 (2026)

Berdasarkan tabel 7 diatas, Uji Analisis Linear Berganda diatas dapat diartikan sebagai berikut:

$$Y = a + B_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$3.662 + 0,435 (X_1) + 0,237 (X_2) + e$$

1. Nilai konstanta sebesar 3,662 menunjukkan bahwa apabila nilai kualitas pelayanan dan ketepatan waktu bernilai 0, maka kepuasan konsumen diperkirakan sebesar 3,662.
2. Nilai koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0,435 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Setiap peningkatan satu satuan variabel kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen pada PT. Zen Ambulance Indonesia sebesar 0,435 dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Nilai koefisien variabel ketepatan waktu sebesar 0,237 menunjukkan bahwa ketepatan waktu mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Setiap peningkatan satu satuan variabel ketepatan waktu akan meningkatkan kepuasan konsumen pada PT. Zen Ambulance Indonesia sebesar 0,237 dengan asumsi variabel lain tetap.

Uji T (Parsial)

Tabel 8. Hasil Uji T Parsial

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.662	3.791		.966	.339		
	Kualitas pelayanan	.435	.079	.598	5.493	.000	.541	1.849
	Ketepatan waktu	.237	.085	.305	2.800	.007	.541	1.849
a. Dependent Variable: Kepuasan konsumen								

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 2027 (2026)

Berdasarkan tabel 8, menunjukkan nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (X1) senilai 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai thitung sebesar 5,493 lebih besar dari ttabel 2,012 sehingga dapat dikatakan variabel kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Sementara itu, nilai signifikan variabel ketepatan waktu (X2) senilai 0,007 lebih kecil dari 0,05 dan nilai thitung sebesar 2,800 lebih besar dari ttabel 2,012 sehingga dapat dikatakan ketepatan waktu (X2) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji F (Simultan)

Tabel 9. Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	591.559	2	295.780	54.426	.000b
	Residual	255.421	47	5.434		
	Total	846.980	49			
a. Dependent Variable: kepuasan konsumen						
b. Predictors: (Constant), ketepatan waktu, kualitas pelayanan						

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 2027 (2026)

Berdasarkan tabel 12 diatas, menunjukkan didalam penelitian ini membandingkan nilai signifikan dan nilai fhitung dengan ftabel. Untuk melihat apakah variabel X1 dan X2 berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y, pada tabel diatas dapat diketahui nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai fhitung sebesar 54,426 lebih besar dari ftabel 0,319 maka dapat dikatakan variabel kualitas pelayanan (X1) dan ketepatan waktu (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PT. Zen ambulance Indonesia.

Uji Koefesiensi Determinasi Simultan

Tabel 13. Hasil Uji Koefesiensi Determinasi (R2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 ^a	.698	.686	2.33120
a. Predictors: (Constant), ketepatan waktu, kualitas pelayanan				
b. Dependent Variable: kepuasan konsumen				

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 2027 (2026)

Berdasarkan Tabel 13, menunjukkan nilai *adjusted r square* yang diperoleh adalah 0,686 atau 68,6%, dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dan ketepatan waktu mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT. Zen ambulance indonesia, memberikan kontribusi sebesar 68,6% dari keseluruhan. Sedangkan sisanya $100 - 68,6\% = 31,4\%$ dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian ini.

Uji Koefisien Determinasi Parsial

Tabel 14. Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial

Variabel	R Square	Kontribusi
Kualitas Pelayanan	0,659	65,9%
Ketepatan Waktu	0,505	50,5%

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS 2027 (2026)

Berdasarkan Tabel 14, kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 65,9% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan ketepatan waktu memberikan kontribusi sebesar 50,5%. Berdasarkan hasil tersebut, kualitas pelayanan memiliki kontribusi lebih besar terhadap kepuasan konsumen dibandingkan ketepatan waktu.

Hasil Penelitian

Dalam Penelitian ini, terdapat pembahasan yang mengenai tujuan untuk mengungkap beberapa informasi secara mendalam mengenai dampak dari setiap variabel lainnya, yaitu variabel independen dan dependen.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian uji t parsial terhadap variabel kualitas pelayanan (X1) memperoleh nilai thitung sebesar 5,493 > ttabel 1,676 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, yang berarti kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh mukuka dan chasha dengan judul Menilai Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan - Studi Kasus ZSIC Life Limited (Mukuka & Chasha, 2025) Persamaan hasil pada uji t parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Studi Kasus ZSIC Life Limited.

2. Pengaruh Ketepatan Waktu (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian uji t parsial terhadap variabel ketepatan waktu (X2) memperoleh nilai thitung sebesar 2,800 > ttabel 1,676 dengan nilai signifikan sebesar 0,007 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima, yang berarti ketepatan waktu (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kustandi tedy dan fikih dengan Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express Harjamukti (Kustandi et al., 2025). Persamaan hasil pada uji t parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan shopee expres harjamukti.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Ketepatan Waktu (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil pengujian uji f simultan terhadap variabel kualitas pelayanan (X1) dan ketepatan waktu (X2) memperoleh nilai fhitung sebesar 54,426 > ftabel 0,319 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, yang berarti kualitas pelayanan (X1) dan ketepatan waktu (X2) secara simultan berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Masuku dadang dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan (Masuku Dadang et al., 2024) Persamaan hasil pada uji f simultan variabel kualitas pelayanan dan ketepatan waktu secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkatkan Kualitas Pelayanan X1 Fokus pada 5 indikator servqual. Contoh: Perbaiki tangibles = kerapian tempat/fasilitas, responsiveness = kecepatan merespon keluhan, empathy = karyawan lebih ramah & peduli. Karena t-hitung X1 = 5,493 paling tinggi, peningkatan di sini dampaknya paling besar ke kepuasan.
2. Pertahankan & Standarisasi Ketepatan Waktu X2 Buat SOP waktu pengiriman/pelayanan yang jelas dan konsisten. Contoh: "selesai dalam waktu yang dijanjikan" atau tracking real-time. Hasil $t = 2,800$ membuktikan konsumen sangat menghargai janji waktu yang ditepati.
3. Evaluasi 31,4% Faktor Lain Karena masih ada 31,4% yang belum dijelaskan model, perusahaan disarankan mengkaji faktor lain seperti Harga, Kualitas Produk, dan Promosi agar kepuasan bisa ditingkatkan lebih maksimal lagi.

Saran

Adapun saran pada penelitian ini yang diberikan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Zen Ambulance Indonesia, sehingga perlu dipertahankan dan jika memungkinkan ditingkatkan.
2. Ketepatan waktu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Zen Ambulance Indonesia, sehingga perlu lebih diukur karena berkaitan dengan kepercayaan konsumen.
3. Kualitas pelayanan dan ketepatan waktu secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan keduanya agar konsumen selalu menggunakan jasa PT. Zen Ambulance Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa Nabila Wardani¹, J. F. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Product Quality dan Desain Interior terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Mie Kiro Gombong. *Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 5(3) 2023, 234-246.
- Anisa Permata Sari¹, S. H. (2024). Uji Normalitas dan Homogenitas dalam Analisis Statistik. *Volume 8 Nomor 3 Tahun 2024*, 51329-51337.
- Asri Rossnita Dewi¹, C. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Rumah Sakit terhadap Kepuasan Pasien di Indonesia. *Oktober, 2023) Vol. 6 No. 10*, 1940-1949.
- Atmoko, P. T. (2022). The Effect of Timeliness of Delivery and Price on Consumer Satisfaction at Ninja Xpress Sampit. *Vol. 3, No. 2 (2022)*, 229 - 240.
- Dadang Masuku¹, N. J. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan. *1, No. 3, January 2024*, 208-222.

- Dede Solihin¹, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Volume 2, No. 2, October 2024*, 129-141.
- Esther Ria Matulesy¹, A. U. (2023). Analisis Regresi PLS Sebagai Alternatif Dari Regresi Linear Berganda: Studi Kasus Pengaruh Luas Lahan dan Luas Panen Terhadap Produksi Padi di Kabupaten Manokwari. *Volume 5 Nomor 1 Tahun 2023*, 58-61.
- Fatimatul Hasanah¹, D. S. (2025). Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen: Sebuah Literature Review Sistematis terhadap Faktor Penentu dan Hubungannya dalam Konteks. *Volume. 2, Nomor. 4, November 2025*, 159-167.
- Fikih¹, P. K. (2025). Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express Harjamukti. *1, No. 2, Tahun 2025*, 1199-1212.
- Fikih¹, P. K. (2025). Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Express Harjamukti. *Vol. 1, No. 2, Tahun 2025*, 1199-1212.
- Frisel Exel Desber Akakip¹, H. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Luwuk. *09 (1) January 2023*, 485-499.
- Grace Lwabaluse Mukuka, D. M. (2025). Assessing the Effect of Service Quality on Customer Satisfaction -A Study of ZSIC Life Limited. *Volume IX Issue IX September 2025*, 1530-1543.
- Heni Julaika Putri¹, S. M. (2025). Metode Pengumpulan Data Kualitatif. *Volume 9 Nomor 2 Tahun 2025*, 13074-13086.
- Hutagaol, K. (2025). KAJIAN TENTANG UJI ASUMSI KLASIK BERBANTUAN SPSS. *Volume 8 Issue 2, July 2025*, 15-28.
- Imelda Aprileny^{1*}, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Grab Bike SMA Islam Al-Azhar 4). *Volume 31 Number 02 (Desember 2022)*, 60-76.
- Kharisma, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pada UD. Restu Mulia Pandan. :5 | *Nomor1 | Januari 2023* |, 32-41.
- Mufidah, A. (Februari 2022). *METODOLOGI PENELITIAN: KUANTITATIF, KUALITATIF DAN KOMBINASI*. Kota Bandung - Jawa Barat: 978-623-362-465-7.
- Muhammad Rafly Abdulgani Al Fatah¹, A. H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *4 Nomor 6 Tahun 2022*, 75-80.
- Pagala, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Universitas Lakidende. *5 Nomor 1 Tahun 2023*, 4840-4843.
- Pagala, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Universitas Lakidende. *5 Nomor 1 Tahun 2023*, 4840-4843.
- Reza Akbar¹, U. S. (2023). Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Vol. 1. No. 3., November 2023*, 430-448.
- Steven Langi^{1*}, E. W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien. *Vol 3, No 1, 2023*, 31-39.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Evaluasi Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif: Sebuah Studi Pustaka. *5(4), 2024*, 5599-5609.
- Taufik Khurrohman a, M. R. (2023). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Tanon Kabupaten Sragen. *Vol. 2, No. 2 (2023)*, 142-153.
- Yerizal. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce. *Volume 05 No. 01 (2024)*, 1-9.
- Yerry Susanto¹, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *Volume 5, Nomor 2, Desember 2022*, 508-517.