

PENGARUH KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA CV SUMBER JAYA MOTORWulandari<sup>1</sup>, Wangsit Supeno<sup>2</sup><sup>1,2</sup> Universitas Bina Sarana InformatikaEmail: [dariwulan015@gmail.com](mailto:dariwulan015@gmail.com)<sup>1</sup>, [wangsit.wss@bsi.ac.id](mailto:wangsit.wss@bsi.ac.id)<sup>2</sup>

## ABSTRAK

Penelitian ini disusun dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayan terhadap loyalitas pelanggan di CV Sumber Jaya Motor. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif berdasarkan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 50 pelanggan sebagai responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji t, dan uji F menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil  $X_1$  terhadap  $Y$  berpengaruh sebesar  $0,14 > 0,05$  dan hasil  $X_2$  terhadap  $Y$  berpengaruh sebesar  $0,18 > 0,05$ . Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen perusahaan untuk lebih memperhatikan ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan yang menjadikan loyalitas pelayanan. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0.313 menunjukkan bahwa kedua variabel menjelaskan 31.31% variasi loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya 68.69% dipengaruhi hal lain.

**Kata kunci:** Ketepatan Waktu, Kualitas Pelayan, Loyalitas Pelanggan

This study was conducted to analyze the effect of delivery timeliness and service quality on customer loyalty at CV Sumber Jaya Motor. This study used a quantitative method with an associative approach based on data collection through questionnaires distributed to 50 customers as respondents. The data analysis techniques used were validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, coefficient of determination ( $R^2$ ), t-test, and Ftest using SPSS software. The results of the study showed that the delivery timeliness variable had a positive and significant effect on the customer loyalty variable. Meanwhile, the service quality variable also had a positive and significant effect on customer loyalty. The results of  $X_1$  on  $Y$  showed an effect of  $0.14 > 0.05$ , and the results of  $X_2$  on  $Y$  showed an effect of  $0.18 > 0.05$ . This study provides practical implications for the company's management to pay greater attention to delivery timeliness and service quality in order to improve customer loyalty. The coefficient of determination ( $R^2$ ) value of 0.313 indicates that the two variables explain 31.31% of the variation in customer loyalty, while the remaining 68.69% is influenced by other factors.

**Keywords:** Punctuality, Service Quality, Customer Loyalty

## Article History

Received: Oktober 2026

Reviewed: Oktober 2026

Published: Oktober 2026

Plagirism 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/)

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang:

CV Sumber Jaya Motor merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan dan penyediaan sparepart serta aksesoris kendaraan, khususnya mobil. Perusahaan ini telah menjalankan kegiatan usahanya selama lebih dari 30 tahun dan didirikan pada tahun 1995 di Jakarta.

Dalam kegiatan operasionalnya, proses pemenuhan sparepart pada CV Sumber Jaya Motor dapat menghadapi berbagai kondisi, seperti keterlambatan pengiriman, perubahan atau pembatalan pesanan, ketersediaan sparepart yang terbatas, serta kendala dalam proses pemesanan. Kondisi tersebut dapat memengaruhi pengalaman pelanggan ketika melakukan transaksi. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan kemampuan dalam memenuhi estimasi waktu pengiriman yang telah dijanjikan kepada pelanggan.

Ketepatan waktu pengiriman menjadi salah satu faktor yang penting dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan. Ketepatan waktu tidak hanya berkaitan dengan cepat atau lambatnya barang sampai kepada pelanggan, tetapi juga kemampuan perusahaan memenuhi waktu yang telah dijanjikan, konsistensi pengiriman, tanggung jawab terhadap proses pengiriman, serta kemampuan dalam menangani apabila terjadi keterlambatan. Pengiriman yang sesuai dengan waktu yang dijanjikan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan karena pelanggan merasa bahwa perusahaan mampu memenuhi komitmennya.

Selain ketepatan waktu pengiriman, kualitas pelayanan juga merupakan aspek yang perlu diperhatikan oleh CV Sumber Jaya Motor. Pelanggan membutuhkan pelayanan yang mampu memberikan informasi secara jelas, merespons permintaan dengan cepat, memberikan solusi terhadap kendala, serta menangani keluhan dengan baik. Pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan dan mendorong pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau layanan perusahaan.

Ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan pada akhirnya berkaitan dengan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan dapat ditunjukkan melalui keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang, tetap menggunakan produk perusahaan, tidak mudah beralih kepada pesaing, serta merekomendasikan perusahaan kepada pihak lain. Bagi CV Sumber Jaya Motor, loyalitas pelanggan menjadi penting karena kebutuhan sparepart dapat muncul secara berulang sehingga mempertahankan pelanggan dapat mendukung keberlangsungan kegiatan usaha perusahaan.

Akan tetapi, karakteristik bisnis penyediaan sparepart memiliki kondisi yang berbeda. Pelanggan tidak hanya mengharapkan pelayanan yang baik, tetapi juga membutuhkan sparepart yang sesuai dan diterima pada waktu yang dibutuhkan untuk mendukung proses perbaikan kendaraan. Berdasarkan rangkaian permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang di atas, fenomena ini sangat krusial untuk diteliti lebih lanjut. Atas dasar tersebut, peneliti terdorong untuk menyusun penelitian dengan judul “Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Sumber Jaya Motor.”

## Tinjauan Pustaka

### (X1 Ketepatan Waktu Pengiriman)

Menurut pendapat Handoko “Ketepatan waktu adalah waktu yang dibutuhkan oleh pelanggan untuk memesan suatu produk hingga produk tersebut sampai di tangan mereka” (Adianti, 2023).

Menurut Khadijah “Ketepatan waktu adalah ketika pelanggan melakukan pembelian sampai barang sampai di tangan pelanggan. Memenuhi tenggat waktu pengiriman, kemampuan memenuhi kebutuhan pelanggan merupakan satu-satunya variabel yang berguna untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, sehingga konsumen merasakan keinginan dan harapannya tentang menggunakan layanan puas, sehingga pelanggan memiliki perasaan puas” (Luffi & Widyawati, 2022).

Menurut Aminah (2017) “Ketepatan waktu merupakan kemampuan dari pihak pemasok (supplier) untuk mengirimkan produk secara tepat waktu, bahkan dalam skala pengiriman yang kecil” (Rahayu et al., 2025). Oleh karena itu, terdapat beberapa faktor penentu yang dihasilkan dari prosedur operasional, kebijakan layanan konsumen, serta sistem transportasi, antara lain Prioritas Pemrosesan, Akurasi Pencatatan, Pengelompokan Pesanan, Efisiensi Transportasi, dan Optimasi Rute.

### (X2 Kualitas Pelayanan)

Menurut Lupiyoadi (2013) “Kualitas pelayanan merupakan kombinasi dari sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana output dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan” (Priambodo et al., 2022).

Menurut Parasuraman (2001) “Kualitas layanan tersebut terdiri dari daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan. Selain itu, pelayanan yang diterapkan sangat dipengaruhi oleh berbagai persepsi komunikasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masalah dan komunikasi eksternal, persepsi inilah yang mempengaruhi pelayanan diharapkan” (Nizwar et al., 2024).

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam pemenuhan sparepart, kualitas pelayanan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam memberikan informasi yang jelas, merespons permintaan pelanggan dengan cepat, memberikan pelayanan yang dapat dipercaya, serta memberikan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan

Pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Ketika pelanggan merasa kebutuhan dan keluhannya ditangani dengan baik, maka kepercayaan terhadap perusahaan akan meningkat. Kondisi tersebut dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang, tidak beralih kepada pesaing, serta merekomendasikan CV Sumber Jaya Motor kepada pihak lain.

### (Y Loyalitas Pelanggan)

Menurut Priansa, “Loyalitas pelanggan wujud komitmen jangka panjang konsumen yang tercermin dari sikap dan perilaku setia terhadap penyedia barang atau jasa secara konsisten dan berulang” (Adianti, 2023).

Menurut Poerwodarminto (2003), “Loyalitas sebagai kondisi dimana konsumen telah terbiasa bertransaksi dan berinteraksi secara intensif dalam kurun waktu tertentu, serta tetap setia mengikuti setiap penawaran dari perusahaan” (Rifa’i, 2023).

Ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan merupakan dua aspek yang saling mendukung dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Ketepatan waktu pengiriman memastikan bahwa sparepart yang dibutuhkan pelanggan dapat diterima sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, sedangkan kualitas pelayanan memastikan pelanggan memperoleh pelayanan yang cepat, tepat, dan sesuai dengan kebutuhannya.

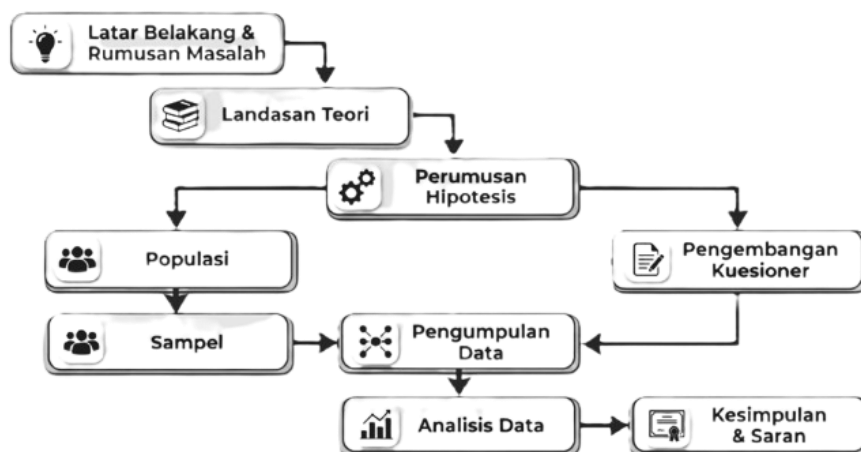
Apabila CV Sumber Jaya Motor mampu memberikan pengiriman yang tepat waktu sekaligus pelayanan yang berkualitas, maka kepercayaan dan kenyamanan pelanggan akan meningkat. Hal tersebut dapat mendorong pelanggan untuk mempertahankan hubungan dengan perusahaan, melakukan pembelian kembali, tidak beralih kepada pesaing, dan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain.

### Tujuan Penelitian:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh ketepatan waktu pengiriman secara parsial terhadap loyalitas pelanggan CV. Sumber Jaya Motor.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan CV. Sumber Jaya Motor.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan CV. Sumber Jaya Motor.

### METODE PENELITIAN

#### Desain Penelitian, Teknik Pengumpulan, Analisis Data :



1. Rumusan Masalah, tahap pertama dalam penelitian ini adalah merumuskan masalah yang terjadi pada CV Sumber Jaya Motor terkait loyalitas pelanggan dalam pemenuhan sparepart. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan baik secara parsial maupun simultan.

2. Landasan Teori, pada tahap ini peneliti mengkaji berbagai teori yang berkaitan dengan variabel penelitian, yaitu ketepatan waktu pengiriman sebagai variabel independen pertama ( $X_1$ ), kualitas pelayanan sebagai variabel independen kedua ( $X_2$ ), dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen ( $Y$ ). Teori-teori tersebut diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, dan sumber referensi lainnya yang relevan untuk mendukung penelitian.
3. Perumusan Hipotesis, berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu, peneliti merumuskan hipotesis sebagai dugaan sementara mengenai hubungan antar variabel. Hipotesis yang diajukan adalah bahwa ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada CV Sumber Jaya Motor.
4. Pengumpulan Data, pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pelanggan CV Sumber Jaya Motor yang pernah melakukan pembelian sparepart. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi secara langsung terhadap aktivitas pelayanan dan proses pengiriman sparepart serta melakukan studi pustaka untuk memperoleh data pendukung yang berkaitan dengan penelitian. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling sebanyak 50 responden.
5. Analisis Data, data yang telah terkumpul kemudian diolah dan dianalisis menggunakan bantuan program statistik. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis. Analisis data memuat uji hipotesis  $t$  dan uji  $F$  yang dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel Ketepatan Waktu Pengiriman ( $X_1$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ) dan pengaruh variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Pelanggan ( $Y$ ) secara parsial.
6. Kesimpulan dan Saran, memuat hasil akhir penelitian berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Kesimpulan berisi jawaban atas rumusan masalah mengenai pengaruh ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada CV Sumber Jaya Motor. Saran berisi rekomendasi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui peningkatan ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan, serta saran bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian yang sejenis.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas Ketepatan Waktu Pengiriman ( $X_1$ )

| Item<br>Pertanyaan | Nilai Sig | Kriteria | Keterangan |
|--------------------|-----------|----------|------------|
| 1                  | 0.001     | < 0.05   | Valid      |
| 2                  | 0.001     | < 0.05   | Valid      |
| 3                  | 0.001     | < 0.05   | Valid      |
| 4                  | 0.001     | < 0.05   | Valid      |
| 5                  | 0.001     | < 0.05   | Valid      |
| 6                  | 0.001     | < 0.05   | Valid      |
| 7                  | 0.001     | < 0.05   | Valid      |
| 8                  | 0.001     | < 0.05   | Valid      |
| 9                  | 0.001     | < 0.05   | Valid      |
| 10                 | 0.001     | < 0.05   | Valid      |

Berdasarkan tabel diatas bisa dinyatakan kuesioner variabel ketepatan waktu pengiriman (X1). memperlihatkan keseluruhan nilai signifikansinya  $< 0.05$ . Dengan demikian, bisa dibuat kesimpulan rata-rata jawaban responden mempunyai keterkaitan signifikan dengan faktornya dalam variabel ketepatan waktu pengiriman (X1). Maka dari itu, seluruh 10 item pernyataan pada variabel ini dikatakan valid dan layak dipakai guna menghimpun data pada studi ini.

#### Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

| Item<br>Pertanyaan | Nilai Sig | Kriteria | Keterangan |
|--------------------|-----------|----------|------------|
| 11                 | 0.001     | $< 0.05$ | Valid      |
| 12                 | 0.001     | $< 0.05$ | Valid      |
| 13                 | 0.001     | $< 0.05$ | Valid      |
| 14                 | 0.001     | $< 0.05$ | Valid      |
| 15                 | 0.001     | $< 0.05$ | Valid      |
| 16                 | 0.001     | $< 0.05$ | Valid      |
| 17                 | 0.001     | $< 0.05$ | Valid      |
| 18                 | 0.001     | $< 0.05$ | Valid      |
| 19                 | 0.001     | $< 0.05$ | Valid      |
| 20                 | 0.001     | $< 0.05$ | Valid      |

Berdasarkan tabel diatas bisa dinyatakan kuesioner variabel kualitas pelayanan (X2). memperlihatkan keseluruhan nilai signifikansinya  $< 0.05$ . Dengan demikian, bisa dibuat kesimpulan rata-rata jawaban responden mempunyai keterkaitan signifikan dengan faktornya dalam variabel kualitas pelayanan (X2). Maka dari itu, seluruh 10 item pernyataan pada variabel ini dikatakan valid dan layak dipakai guna menghimpun data pada studi ini.

#### Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)

| Item<br>Pertanyaan | Nilai Sig | Kriteria | Keterangan |
|--------------------|-----------|----------|------------|
| 21                 | 0.001     | $< 0.05$ | Valid      |
| 22                 | 0.001     | $< 0.05$ | Valid      |
| 23                 | 0.001     | $< 0.05$ | Valid      |
| 24                 | 0.001     | $< 0.05$ | Valid      |
| 25                 | 0.001     | $< 0.05$ | Valid      |
| 26                 | 0.002     | $< 0.05$ | Valid      |
| 27                 | 0.003     | $< 0.05$ | Valid      |
| 28                 | 0.001     | $< 0.05$ | Valid      |
| 29                 | 0.002     | $< 0.05$ | Valid      |
| 30                 | 0.002     | $< 0.05$ | Valid      |

Berdasarkan perhitungan spss pada tabel diatas bisa dinyatakan kuesioner variabel loyalitas pelanggan (Y). memperlihatkan keseluruhan nilai signifikansinya  $< 0.05$ . Adapun jawaban terbesar pada hasil pernyataan kuesioner nomor 27 sebesar 0.003, tetapi masih dikatakan valid karena masih  $< 0.05$ . Maka dari itu, seluruh 10 item pernyataan pada variabel ini dikatakan valid dan layak dipakai guna menghimpun data pada studi ini.

### Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel                   | Nilai Cronbach Alpha | Keterangan |
|----------------------------|----------------------|------------|
| Ketepatan Waktu Pengiriman | 0.656                | Reliable   |
| Kualitas Pelayanan         | 0.607                | Reliable   |
| Loyalitas Pelanggan        | 0.613                | Reliable   |

Uji reliabilitas dikatakan reliabel apabila Cronbach's alpha > 0,60 dari hasil uji reabilitas per item ketiga variabel dinyatakan reliabel.

### Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test       |                         |                   |                       |
|------------------------------------------|-------------------------|-------------------|-----------------------|
|                                          |                         |                   | Standardized Residual |
| N                                        |                         | 50                |                       |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>         | Mean                    | .0000000          |                       |
|                                          | Std. Deviation          | .97937923         |                       |
| Most Extreme Differences                 | Absolute                | .081              |                       |
|                                          | Positive                | .042              |                       |
|                                          | Negative                | -.081             |                       |
| Test Statistic                           |                         | .081              |                       |
| Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>      |                         | .200 <sup>d</sup> |                       |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup> | Sig.                    | .565              |                       |
|                                          | 99% Confidence Interval | Lower Bound       | .552                  |
|                                          |                         | Upper Bound       | .578                  |

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 2000000.

Berdasarkan hasil uji normalitas variabel penelitian ini berdistribusi normal. Dilihat dari nilai Signifikansi = 0,200 > 0,05 Ini menunjukkan bahwa distribusi data yang diuji normal. Maka, dapat dibuat kesimpulan bahwa model regresi memenuhi normalitas dan pantas untuk digunakan.

### Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel                          | Nilai Hitung |       | Keterangan |        | Kesimpulan                      |
|-----------------------------------|--------------|-------|------------|--------|---------------------------------|
|                                   | Toleransi    | VIF   | Toleransi  | VIF    |                                 |
| X <sub>1</sub><br>Ketepatan waktu | 0.829        | 1.206 | >0.10      | <10.00 | Tidak terjadi multikolonieritas |
| X <sub>2</sub> Kualias Pelayanan  | 0.829        | 1.206 | >0.10      | <10.00 |                                 |

Pada tabel diatas nilai VIF variabel ketepatan waktu (X1) dan kualitas pelayanan (X2) yakni 1.206 < 10.00 dan nilai toleransi 0.829 > 0.10. Maka data tersebut dapat disimpulkan tidak

terjadi Multikolinieritas (tidak ada korelasi atau hubungan yang kuat antara variabel variabel bebas yang diamati, yaitu Ketepatan Waktu dan Kualitas Pelayanan).

#### Hasil Uji Heterokedastisitas

| Variabel                | Nilai<br>i<br>Sig | Keterangan | Kesimpulan                           |
|-------------------------|-------------------|------------|--------------------------------------|
| Ketepatan Waktu (X1)    | 0.373             | > 0.05     | Tidak ada gejala heteroskedastisitas |
| Kualitas Pelayanan (X2) | 0.384             | > 0.05     |                                      |

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

#### Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

| Variabel             | Nilai Hitung |      | Keterangan |       | Kesimpulan                                |
|----------------------|--------------|------|------------|-------|-------------------------------------------|
|                      | t hitung     | Sig  | t tabel    | Sig   |                                           |
| X1 Ketepatan waktu   | 2.561        | 0.14 | >2.012     | <0.05 | Terdapat pengaruh parsial yang signifikan |
| X2 Kualias Pelayanan | 2.453        | 0.18 | >2.012     | <0.05 |                                           |

Pengujian hipotesa dilaksanakan dengan membandingkannya t hitung sebesar 2.561 > t tabel sebesar 2,012 dan nilai signifikansi sebesar 0,14 > 0,05. Dengan demikian, keputusan pengujian hipotesa ditentukan berdasarkan nilai signifikan, yakni:

Ho<sub>1</sub>: Ketepatan waktu pengiriman tidak ada pengaruhnya parsial pada loyalitas pelanggan CV Sumber Jaya Motor.

Ha<sub>1</sub>: Ketepatan waktu pengiriman ada pengaruhnya parsial pada loyalitas pelanggan CV Sumber Jaya Motor.

Pengujian hipotesa dilaksanakan dengan membandingkannya t hitung sebesar 2.453 > t tabel sebesar 2,012 dan nilai signifikansi sebesar 0,18 > 0,05. Dengan demikian, keputusan pengujian hipotesa ditentukan berdasarkan nilai signifikan, yakni:

Ha<sub>2</sub>: Ketepatan waktu pengiriman ada pengaruhnya parsial pada loyalitas pelanggan CV Sumber Jaya Motor.

Ho<sub>2</sub>: Ketepatan waktu pengiriman tidak ada pengaruhnya parsial pada loyalitas pelanggan CV Sumber Jaya Motor.

**Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)**

| Variabel                                    | Nilai Hitung |      | Keterangan |       | Kesimpulan                                 |
|---------------------------------------------|--------------|------|------------|-------|--------------------------------------------|
|                                             | F hitung     | Sig  | F tabel    | Sig   |                                            |
| X1 Ketepatan waktu<br>X2 Kualitas Pelayanan | 10.709       | 0.01 | >3.195     | <0.05 | Terdapat pengaruh simultan yang signifikan |

Berdasarkan disajikan pada tabel diatas, bisa dibuat rumusan hipotesa yakni:

H<sub>03</sub>: Budaya organisasi dan kepuasan kerja secara bersamaan tidak ada pengaruhnya pada loyalitas pelanggan CV Sumber Jaya Motor.

H<sub>a3</sub>: Ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan secara bersamaan ada pengaruhnya pada loyalitas pelanggan CV Sumber Jaya Motor.

**Hasil Uji Koefisien Determinasi (Parsial)**

| Coefficients <sup>a</sup> |                            |                             |            |                           |       |      |              |         |      |
|---------------------------|----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|--------------|---------|------|
| Model                     |                            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Correlations |         |      |
|                           |                            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Zero-order   | Partial | Part |
| 1                         | (Constant)                 | 14.461                      | 6.142      |                           | 2.354 | .023 |              |         |      |
|                           | Ketepatan Waktu Pengiriman | .338                        | .132       | .340                      | 2.561 | .014 | .474         | .350    | .310 |
|                           | Kualitas Pelayanan         | .322                        | .131       | .326                      | 2.453 | .018 | .466         | .337    | .297 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Nilai R<sup>2</sup> yang lebih tinggi menunjukan bahwa variabel independen mempunyai pengaruhnya lebih besar pada variabel dependen. Untuk mengetahui seberapa besar dampak masing - masing variabel secara terpisah, dapat dilakukan dengan cara mengalikan nilai Beta dengan nilai Zero Order (R<sup>2</sup> - Beta x Zero Order), perhitungan secara rinci diperlihatkan dalam tabel berikut

| Variabel                             | Nilai Beta x Zero Order | Jumlah          | Persentase    |
|--------------------------------------|-------------------------|-----------------|---------------|
| Ketepatan Waktu (X <sub>1</sub> )    | 0.340 x 0.474           | 0.16116         | 16.12%        |
| Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> ) | 0.326 x 0.466           | 0.151916        | 15.19%        |
| <b>Jumlah</b>                        |                         | <b>0.313076</b> | <b>31.31%</b> |

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa ketepatan waktu kerja memiliki pengaruh sebesar 16.12% terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan untuk variabel kualitas menunjukkan bahwa memiliki pengaruh sebesar 15.19% terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

## Hasil Uji Koefisien Determinasi (Simultan)

| Model Summary                                                             |                   |          |                   |                            |
|---------------------------------------------------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                                                                     | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                                                                         | .559 <sup>a</sup> | .313     | .284              | 2.49154                    |
| a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman |                   |          |                   |                            |

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi berganda pada gambar diatas, diperoleh nilai sebesar 0.313 atau 31.3%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 31.3%, dimana 16.12% berasal dari 51 pengaruh parsial ketepatan waktu dan 15.19% berasal dari pengaruh parsial kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 68.7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

## Hasil Uji Koefisien Regresi

| Coefficients <sup>a</sup> |                            |                             |            |                           |      |
|---------------------------|----------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|
| Model                     |                            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Sig. |
|                           |                            | B                           | Std. Error | Beta                      |      |
| 1                         | (Constant)                 | 14.461                      | 6.142      |                           | .023 |
|                           | Ketepatan Waktu Pengiriman | .338                        | .132       | .340                      | .014 |
|                           | Kualitas Pelayanan         | .322                        | .131       | .326                      | .018 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Dari data di atas diketahui bahwa :

1. Nilai Konstanta ( $\alpha$ ) besarnya 12,257 menunjukkan bahwa apabila variabel ketepatan waktu (X1) dan kualitas pelayanan (X2) bernilai 0, maka nilai loyalitas pelanggan (Y) sebesar 12,257.
2.  $\beta_1$  (Nilai koefisien regresi X1) sebesar 0.338 menunjukkan bahwa setiap peningkatan ketepatan waktu sebesar satu satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0.338 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
3.  $\beta_2$  (Nilai koefisien regresi X2) besarnya 0.322 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0.322 dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.
4. Koefisien regresi variabel ketepatan waktu dan kualitas pelayanan bernilai positif, sehingga menunjukkan bahwa ketepatan waktu dan kualitas pelayanan memiliki hubungan positif terhadap loyalitas pelanggan.

## KESIMPULAN

Hasil uji hipotesis uji t variabel ketepatan waktu pengiriman memperlihatkan nilai sig. 0.014, dengan nilai signifikansinya yakni kurang dari 0.05. Koefisien korelasi yang positif menunjukkan adanya hubungan yang positif signifikan antara ketepatan waktu pengiriman terhadap loyalitas

pelanggan. Ketepatan waktu pengiriman menjadi faktor penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan karena pengiriman yang sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Pada CV 53 Sumber Jaya Motor, ketepatan waktu pengiriman sangat relevan mengingat pelanggan membutuhkan ketersediaan sparepart secara cepat untuk mendukung operasional bengkel maupun perbaikan kendaraan. Ketika perusahaan mampu mengirimkan sparepart tepat waktu dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas, mempercayai perusahaan, serta cenderung melakukan pembelian ulang dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan perusahaan.

Temuan studi ini adanya kesesuaian dengan studi (Zahra et al., 2022) yang menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman dalam proses pengiriman sangat penting untuk mempertahankan konsumen, dan juga adanya kesesuaian dengan studi (Asror, 2024) yang menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada J&T Express cabang Sugio.

Hasil uji hipotesis uji t variabel kualitas pelayanan memperlihatkan nilai sig. 0.018, dengan nilai signifikansinya yakni kurang dari 0.05. Koefisien korelasi yang positif menunjukkan adanya hubungan yang positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan karena pelayanan yang baik mampu menciptakan kepuasan dan 54 kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Pada CV Sumber Jaya Motor, kualitas pelayanan tercermin dari kemampuan karyawan dalam memberikan informasi yang akurat, merespons kebutuhan pelanggan dengan cepat, bersikap ramah, serta memberikan solusi yang tepat terkait pemenuhan sparepart. Pelayanan yang profesional dan responsif akan memberikan pengalaman positif bagi pelanggan sehingga mereka merasa dihargai dan diperhatikan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan menjadi strategi yang penting untuk mempertahankan pelanggan, mendorong pembelian ulang, serta meningkatkan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Temuan ini adanya kesesuaian dengan studi (Sahara & Adelina, 2024) yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel (Y) loyalitas pelanggan, dengan kata lain bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang baik terhadap loyalitas. Hal yang sama terdapat kesesuaian dengan studi (Aryani et al., 2024) yang menyatakan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dapat disimpulkan kualitas pelayanan makan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh dengan nilai signifikansi sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di CV Sumber Jaya Motor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan cenderung meningkat ketika perusahaan mampu memberikan ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Pengelolaan proses pengiriman yang efektif, ketersediaan informasi yang akurat, serta kemampuan perusahaan dalam memenuhi jadwal pengiriman yang telah dijanjikan berperan penting dalam membangun kepercayaan pelanggan. Temuan ini adanya kesesuaian dengan studi (Asror, 2024) yang memperlihatkan temuan nilai positif signifikan pada hubungannya kedua variabel tersebut (ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan) dengan loyalitas pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adianti, S. (dkk). (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada J&T Express Ptc Surabaya. Respiratory , Wijaya Kusuma University. [https://r.search.yahoo.com/\\_ylt=Awr48sZ4VrBozBwDk2lXNyoA;\\_ylu=Y29sbwNncTEEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1757596537/RO=10/RU=https%3A%2F%2Frepository.uwks.ac.id%2F17259%2F11%2FARTIKEL.pdf/RK=2/RS=rxqckLvU6d0N\\_2tjxATmtyuVDng](https://r.search.yahoo.com/_ylt=Awr48sZ4VrBozBwDk2lXNyoA;_ylu=Y29sbwNncTEEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1757596537/RO=10/RU=https%3A%2F%2Frepository.uwks.ac.id%2F17259%2F11%2FARTIKEL.pdf/RK=2/RS=rxqckLvU6d0N_2tjxATmtyuVDng)
- Junaedi, J., & Wahab, A. (2023). Hipotesis Penelitian dalam Kesehatan. Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Kesehatan, 6(2), 142-146. <https://doi.org/10.56467/jptk.v6i2.98>
- Longkutoy, M., Clan, E., & Latumaelissa, P. J. (2024). Faktor -Faktor Kualitas Pelayanan yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Cabang Kota Sorong. Ournal Of Social Science Research, 4, 16910-16925.
- Luffi, M. I., & Widyawati, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Keagenan Pengurusan Surat Persetujuan Berlayar (Spb) Di Pt. Bahtera Setia Gresik.
- Mangiring, H., Simarmata, P., Revida, E., Kato, I., Sari, H., Simatupang, S., Sudarso, A., Faisal, M., Tjiptadi, D. D., Anggusti, S. M., & Muliatie, Y. E. (2021). Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas (Abdul Karim & Janner Simarmata, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Maulana, R. (2022). Analisis Faktor Penentu Yang Mempengaruhi Stock Price Pada Perusahaan Retail Trade Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019- 2021. 8.
- Muin, A. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif (1st ed.). CV. Literasi Nusantara Abadi. [https://repository.iainmadura.ac.id/1085/1/Buku\\_Abdul\\_Muin\\_METODE\\_PENELITIAN\\_KUANTITATIF.pdf](https://repository.iainmadura.ac.id/1085/1/Buku_Abdul_Muin_METODE_PENELITIAN_KUANTITATIF.pdf)
- Muthahharah, I., Juhari, A., Habibah, S., Asmayani, D., & Negeri Makassar, U. (2024). Pendampingan Pengisian Kuesioner Penelitian Bagi Guru SDN 30 Panaikang Kabupaten Pangkep. 4. <https://doi.org/10.35880/jhp2m.v4i1.8491>
- Mutmainah, I. M. (2024). Analisis Data Kuantitatif (H. Warnaningtyas, Ed.; 1st ed.). Lakeisha. [https://www.unmermadiun.ac.id/repository\\_jurnal\\_penelitian/MintartiIndartini/BIDANG\\_B\\_PELAKSANAAN\\_PENDIDIKAN/BUKU\\_NASIONAL/Buku\\_Analisis\\_Data\\_Kuantitatif-22\\_Jan\\_24-compressed.pdf](https://www.unmermadiun.ac.id/repository_jurnal_penelitian/MintartiIndartini/BIDANG_B_PELAKSANAAN_PENDIDIKAN/BUKU_NASIONAL/Buku_Analisis_Data_Kuantitatif-22_Jan_24-compressed.pdf)
- Nizwar, N., Tousalwa, C. C., & Waelauruw, A. T. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Penyeberangan Rute Waipirit-Hunimua. ADMINISTRASI TERAPAN, 3, 12.
- Nursalam, N., & Djaha, A. S. A. (2023). Pelatihan Pembuatan Kuesioner Penelitian Bagi Mahasiswa Prodi Administrasi Negara Fisip Universitas Nusa Cendana.
- Pasaribu S, B., Aty, H., Kabul, U. W., & Syah, A. H. R. (2022). Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis. In A. Muhaimin (Ed.), UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN. MEDIA EDU PUSTAKA. [www.mediaedupustaka.co.id](http://www.mediaedupustaka.co.id)

- Priambodo, Y., Vikaliana, R., & Purnaya, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Jasa Freight Forwarding Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Semoga Sukses Logistik.
- Putri, K. D., Arisanti, D., Kristiawati, I., & Mudayat, M. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Harga Yang Kompetitif Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Pt. Lintas Trans Logistik. Jurnal Administrasi Bisnis, 02 No 02(2019).
- Rahayu, P., Lu, L. ', Maknunah, U., & Fawazi, M. H. (2025). PENGARUH KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT POS INDONESIA KCP GARUM. JMA), 3(10), 3031- 5220. <https://doi.org/10.62281>
- Rifa'i, K. (2023). Kepuasan Konsumen (M. H. HS, Ed.; 1st ed.). UIN Khas Press. Supriyadin, Amirulmukminin, & Nurhayati. (2024). Analisis Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen pada J&T Express Kota Bima. MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis, 2(4), 96- 104. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i4.1017>
- Wahyuni, N. P., Yasa, N. N. K., & Widagda K, I. G. N. J. A. (2025). MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN. PT MEDIA PUSTAKA INDO. [www.mediapustakaindo.com](http://www.mediapustakaindo.com)