

**PENGARUH WAKTU DAN JASA PENGIRIMAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN *E-COMMERCE*
SAAT TANGGAL KEMBAR**



SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Teknik Logistik

Oleh:

Afroh Fauziah

NIM. 2106166

**PROGRAM STUDI TEKNIK LOGISTIK
FAKULTAS PENDIDIKAN TEKNIK DAN INDUSTRI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2025

**PENGARUH WAKTU DAN JASA PENGIRIMAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN *E-COMMERCE*
SAAT TANGGAL KEMBAR**

Oleh
Afroh Fauziah

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Teknik Logistik pada Fakultas Pendidikan Teknik dan Industri

© Afroh Fauziah 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2025

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

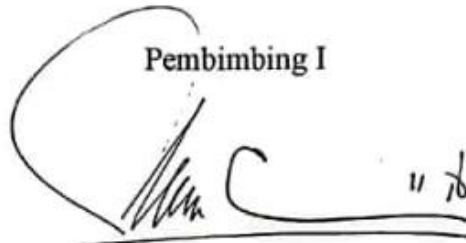
HALAMAN PENGESAHAN

AFROH FAUZIAH

PENGARUH WAKTU DAN JASA PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN *E-COMMERCE* SAAT TANGGAL KEMBAR

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

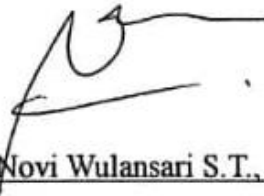
Pembimbing I



Drs. Ir. Tatang Permana, M.Pd., IPM

NIP. 1965111011992031007

Pembimbing II

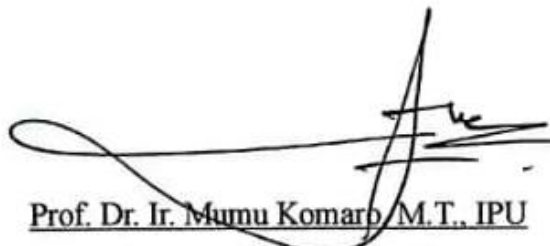


Dwi Novi Wulansari S.T., M.T

NIP. 920200419891113201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Logistik



Prof. Dr. Ir. Mumu Komar, M.T., IPU

NIP. 196605031992021001

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afroh Fauziah

NIM : 2016166

Program Studi : Teknik Logistik

Judul Karya : PENGARUH WAKTU DAN JASA PENGIRIMAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN *E-COMMERCE* SAAT TANGGAL KEMBAR

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini merupakan hasil kerja saya sendiri.
Saya menjamin bahwa seluruh isi karya ini, baik sebagian maupun keseluruhan,
bukan merupakan plagiarisme dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang
telah dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur
plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di
Universitas Pendidikan Indonesia.

[Bandung, Agustus 2025]



(Afroh Fauziah)

ABSTRAK

Industri *e-commerce* yang berkembang pesat di Indonesia mendorong munculnya strategi promosi seperti diskon tanggal kembar, yang kerap menimbulkan lonjakan transaksi dan memicu keluhan konsumen akibat beban layanan logistik yang tinggi, khususnya dari segi ketepatan waktu, keandalan jasa, serta kepuasan konsumen terhadap proses pengiriman barang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh waktu dan jasa pengiriman terhadap kepuasan konsumen selama periode tanggal kembar di platform *Shopee* dari bulan Januari sampai Mei 2025 berdasarkan karakteristik konsumen. Metode yang digunakan adalah analisis data dengan uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan regresi linear berganda menggunakan SPSS. Variabel independen terdiri atas waktu pengiriman (X_1) dan jasa pengiriman (X_2), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen (Y). Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 400 responden melalui teknik purposive sampling. Validitas penelitian diuji dengan korelasi Pearson dan reliabilitas dengan Cronbach's Alpha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa waktu dan jasa pengiriman sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen saat tanggal kembar. Kelompok perempuan, usia muda dibawah 20 tahun, sebagai pelajar ataupun mahasiswa, dengan penghasilan dibawah UMR menunjukkan nilai kepuasan yang tinggi terhadap variabel waktu pengiriman, sementara kelompok laki – laki, usia produktif 20 – 50 tahun, profesi pekerja aktif, dengan penghasilan setara UMR lebih mengutamakan jasa pengiriman untuk kepuasan konsumen. Strategi pengiriman yang mempertimbangkan pendekatan berbasis karakteristik konsumen seperti jenis kelamin, usia, profesi, dan penghasilan bulanan diperlukan untuk meningkatkan kepuasan berbelanja terutama ketika terjadi promosi tanggal kembar sehingga memungkinkan *Shopee* untuk menyesuaikan estimasi waktu dan jenis jasa yang ditawarkan.

Kata kunci: *E-commerce*, Jasa Pengiriman, Kepuasan Konsumen, Tanggal Kembar, Waktu Pengiriman

ABSTRACT

The rapid growth of Indonesia's e-commerce industry has spurred promotional strategies such as twin-date discounts, which often result in transaction surges and trigger consumer complaints due to increased pressure on logistics services particularly regarding delivery timeliness, service reliability, and customer satisfaction with the shipping process. This study aims to examine the effect of delivery time and shipping service on customer satisfaction during twin-date periods on the Shopee platform from January to May 2025, based on consumer characteristics. The method used is data analysis through normality, multicollinearity, heteroscedasticity, autocorrelation tests, and multiple linear regression using SPSS. The independent variables consist of delivery time (X_1) and delivery service (X_2), while the dependent variable is customer satisfaction (Y). Data collection was carried out by distributing questionnaires to 400 respondents using purposive sampling. The validity of the research was tested using Pearson correlation, and reliability was tested using Cronbach's Alpha. Results show that both variables have a positive and significant effect on customer satisfaction during twin-date promotions. Female respondents under 20 years old primarily students with income below the regional minimum wage showed high satisfaction with delivery time, while male respondents aged 20–50, working professionals with income equivalent to the minimum wage, prioritized shipping service. Delivery strategies that consider consumer characteristics such as gender, age, occupation, and monthly income are essential for enhancing shopping satisfaction especially during twin-date events by enabling Shopee to tailor service types and estimated delivery times accordingly.

Keywords: Customer Satisfaction, Delivery Time, E-commerce, Shipping Service, Twin-Date Promotions

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Waktu Pengiriman dalam E-commerce.....	9
2.2 Jasa Pengiriman dalam E-commerce	10
2.3 Kepuasan Konsumen	12
2.4 Hubungan antara Waktu Pengiriman, Jasa Pengiriman, dan Kepuasan Konsumen	16
2.5 Uji Validitas	17
2.6 Uji Reliabilitas	19
2.7 Analisis Statistika Deskriptif	20
2.8 Analisis Statistika Inferensial	20
2.9 Uji Normalitas.....	21
2.10 Uji Multikolinearitas	22
2.11 Uji Heteroskedastisitas.....	22
2.12 Uji Autokorelasi	23

2.13 Uji Regresi Berganda	23
2.14 Penelitian Terdahulu	26
2.15 Kerangka Berfikir	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4 Prosedur Analisis Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Uji Persyaratan Analisis Responden	45
4.2 Analisis Statistika Deskriptif	47
4.2.1 Karakteristik Responden.....	47
4.2.2 Frekuensi Berbelanja dan Pilihan Jasa Pengiriman	51
4.3 Analisis Statistika Inferensial	53
4.3.1 Uji Normalitas	53
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	54
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	54
4.3.4 Uji Autokorerasi.....	55
4.3.5 Regresi Linear Berganda	56
4.4 Pengaruh Kepuasan Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	80
4.5 Pengaruh Kepuasan Berdasarkan Usia Responden.....	82
4.6 Pengaruh Kepuasan Berdasarkan Profesi Responden.....	83
4.7 Pengaruh Kepuasan Berdasarkan Penghasilan Bulanan Responden	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Simpulan	88
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform E-commerce Paling Diminati Selama Minggu Promosi	2
Gambar 1.2 Pengalaman Belanja Selama Minggu Promosi	3
Gambar 1.3 Perbandingan Volume Transaksi E-commerce: Hari Normal vs Tanggal Kembar bulan Oktober 2023	5
Gambar 2.1 Hubungan Antar Variabel	17
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir.....	31
Gambar 3.1 Flowchart Penelitian.....	39
Gambar 4.1 Uji Normalitas	53
Gambar 4.2 Koefisien Determinasi Responden Laki - Laki	57
Gambar 4.3 Uji F Responden Laki - Laki.....	57
Gambar 4.4 Uji T Responden Laki - Laki.....	58
Gambar 4.5 Uji Regresi Linear Berganda Responden Laki-Laki	58
Gambar 4.6 Koefisien Determinasi Responden Perempuan	59
Gambar 4.7 Uji F Responden Perempuan.....	59
Gambar 4.8 Uji T Responden Perempuan.....	60
Gambar 4.9 Uji Regresi Linear Berganda Responden Perempuan	60
Gambar 4.10 Koefisien Determinasi Responden Dibawah 20 Tahun.....	61
Gambar 4.11 Uji F Responden Dibawah 20 Tahun.....	61
Gambar 4.12 Uji T Responden Dibawah 20 Tahun	62
Gambar 4.13 Uji Regresi Linear Berganda Responden Dibawah 20 Tahun.....	62
Gambar 4.14 Koefisien Determinasi Responden 20 - 50 Tahun.....	63
Gambar 4.15 Uji F Responden 20 - 50 Tahun.....	63
Gambar 4.16 Uji T Responden 20 - 50 Tahun	63
Gambar 4.17 Uji Regresi Linear Berganda Responden 20 - 50 Tahun.....	64
Gambar 4.18 Koefisien Determinasi Responden Diatas 50 Tahun.....	64
Gambar 4.19 Uji F Responden Diatas 50 Tahun.....	65
Gambar 4.20 Uji T Responden Diatas 50 Tahun.....	65
Gambar 4.21 Uji Regresi Linear Berganda Responden Diatas 50 Tahun	66
Gambar 4.22 Koefisien Determinasi Responden Pelajar, Mahasiswa	66

Gambar 4.23 Uji F Responden Pelajar, Mahasiswa.....	67
Gambar 4.24 Uji T Responden Pelajar, Mahasiswa.....	67
Gambar 4.25 Uji Regresi Linear Berganda Responden Pelajar, Mahasiswa	68
Gambar 4.26 Koefisien Determinasi Responden Pekerja	68
Gambar 4.27 Uji F Responden Pekerja.....	69
Gambar 4.28 Uji T Responden Pekerja.....	69
Gambar 4.29 Uji Regresi Linear Berganda Responden Pekerja	70
Gambar 4.30 Koefisien Determinasi Responden Tidak Bekerja, Ibu Rumah Tangga, Pensiunan.....	70
Gambar 4.31 Uji F Responden Tidak Bekerja, Ibu Rumah Tangga, Pensiunan	71
Gambar 4.32 Uji T Responden Tidak Bekerja, Ibu Rumah Tangga, Pensiunan	71
Gambar 4.33 Uji Regresi Linear Berganda Responden Tidak Bekerja, Ibu Rumah Tangga, Pensiunan.....	72
Gambar 4.34 Koefisien Determinasi Responden Penghasilan Dibawah UMR	72
Gambar 4.35 Uji F Responden Penghasilan Dibawah UMR.....	73
Gambar 4.36 Uji T Responden Penghasilan Dibawah UMR.....	73
Gambar 4.37 Regresi Linear Berganda Responden Penghasilan Dibawah UMR .	74
Gambar 4.38 Koefisien Determinasi Responden Penghasilan Setara UMR.....	74
Gambar 4.39 Uji F Responden Penghasilan Setara UMR	75
Gambar 4.40 Uji T Responden Penghasilan Setara UMR	75
Gambar 4.41 Regresi Linear Berganda Responden Penghasilan Setara UMR.....	76
Gambar 4.42 Koefisien Determinasi Responden Penghasilan Diatas UMR	76
Gambar 4.43 Uji F Responden Penghasilan Diatas UMR	77
Gambar 4.44 Uji T Responden Penghasilan Diatas UMR	77
Gambar 4.45 Regresi Linear Berganda Responden Penghasilan Diatas UMR	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Skala Likert	40
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel.....	41
Tabel 4.1 R Tabel Uji Validitas	45
Tabel 4.2 Uji Validitas	46
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.4 Pengkategorian Karakteristik Responden	48
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Profesi.....	49
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan	50
Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja	51
Tabel 4.10 Responden Berdasarkan Pilihan Jasa Pengiriman.....	52
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.13 Tabel Durbin Watson	55
Tabel 4.14 Uji Autokolerasi	55
Tabel 4.15 F Tabel Uji F.....	57
Tabel 4.16 T Tabel Uji T	58
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Responden.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisioner Penelitian	96
Lampiran 2: Data Responden.....	102
Lampiran 3: Hasil SPSS Uji Validitas dan Realibilitas.....	121
Lampiran 4: Hasil SPSS Uji Multikolinearitas, Heteroskedastisitas dan Autokolerasi	125
Lampiran 5: Lembar Validasi.....	127

DAFTAR PUSTAKA

- Adianti, S. S., & Adrianto, T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada J&T Express Ptc Surabaya.
- Andhini, A., & Khuzaini, K. (2017). Pengaruh transaksi online shopping, dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada *e-commerce*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(7).
- Anggraeni, O. D., Septianti, E. P., & Siregar, B. W. S. (2024). Pengaruh tarif dan kecepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce*. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(2), 783-793.
- Artati, A., & Ernawati, S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Kota Bima. *EQUILIBIRIA: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 9(1), 58-66.
- Asosiasi Logistik Indonesia. (2022). *Tantangan Logistik E-commerce di Tengah Lonjakan Promo*. Jakarta: ALI Press.
- Astarini, D., Risqiani, R., Curry, K., Amalia, A. Z., Abnuri, A., & Lestari, D. S. (2023). Strategi Peningkatan Loyalitas Pelanggan dan Keberlanjutan Bisnis: Peran Kunci Kepuasan Konsumen dan Faktor Internal-Eksternal Pelanggan Sekolah Kewirausahaan Bina Amanah Cordova–Tangerang. *AJAD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(3), 312-317.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2022). *Digital marketing excellence: planning, optimizing and integrating online marketing*. Routledge.
- Chen, L., et al. (2023). Fast Delivery and Customer Satisfaction: Evidence from *E-commerce* Platforms. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Choi, T. Y., & Park, J. Y. (2018). "The Impact of Delivery Timeliness on Customer Satisfaction in *E-commerce*: A Structural Equation Modeling Approach."
- CNN Indonesia. (2024). *11.11 Big Sale tingkatkan penjualan UMKM 7,5 kali lipat di Shopee Live*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20241114142118-625-1166602/1111-big-sale-tingkatkan-penjualan-umkm-75-kali-lipat-di-Shopee-live>
- Cohen, J. (2013). *Statistical power analysis for the behavioral science*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

- Dewi, N. L. P. S. A., Martadewi, N. P. R., Mangamis, A. K., & Susanto, P. C. (2021). Respon Dan Pengalaman Konsumen Berpartisipasi Pada Mega Sale Tanggal Kembar : Studi Kasus Pada *E-commerce Shopee 9.9 Super Shopping Day*. In *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, dan Sosial Humaniora (SINTESA)* (Vol. 4).
- Eviani, I., & Hidayat, Y. R. (2021). Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus J&T Express Kota Baru Bekasi). *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 11-19.
- Fadilah, T. F., & Nasution, M. I. P. (2023). Pengelolaan Logistik Dan Pengiriman Dalam Pasar Online Dan *E-commerce*. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 45-51.
- Ferdian. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi J&T Express di Banda Aceh dalam Perspektif Ekonomi Islam* [Universitas Islam Negeri Ar-Raniry]. Repositori UIN Ar-Raniry.
- Field, A. (2024). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics*. Sage publications limited.
- Firdaus, R. A. (2024). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan E-commerce Shopee* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2023). *e-Conomy SEA 2023: The Digital Decade* [Report]. <https://economysea.withgoogle.com/report/>.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis*.
- Hasby, N. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Jne Express Agen Pangkalan Mansyur* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Infobanknews. (2023). Indonesian Shopper Behavior on Promotion Week in the Face of Economic Uncertainty 2023. Populix. Retrieved from <https://www.infobanknews.com>.
- Ismail, F. (2022). *Tantangan E-commerce dan Strategi Pengiriman Selama Masa Diskon Besar*. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 9(3), 90-105.

- Junaidi, M. & Widjaja, A. (2021). *Logistik dan Kepuasan Pelanggan: Analisis Pengiriman Selama Harbolnas*. Jurnal Manajemen E-commerce, 12(4), 215-230.
- Juniariska, S., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. POS INDONESIA (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. POS INDONESIA Cabang Gempol). E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 9(12).
- Katadata Insight Center. (2023). *Laporan Perilaku Konsumen E-commerce Indonesia 2023*. Jakarta: Katadata Insight Center.
- Katadata. (2024). Jumlah kunjungan ke situs *Shopee.co.id* meningkat selama kuartal IV 2024, dengan rata-rata 140 juta kunjungan per bulan selama periode promo besar. Diakses dari <https://www.katadata.co.id>
- Katadata. (2024). Jumlah transaksi selama event tanggal kembar di *Shopee* mencapai 50 juta. Retrieved from <https://katadata.co.id>.
- Kledo. (2023). *Sejarah promo tanggal kembar dan dampaknya terhadap e-commerce di Indonesia*. Kledo. <https://www.kledo.com>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kuantitatif, P. P. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Kumparan Bisnis. (2023). *Populix ungkap sifat masyarakat Indonesia saat belanja online: Impulsif!* Retrieved from <https://kumparan.com/kumparanbisnis/populix-ungkap-sifat-masyarakat-indonesia-saat-belanja-online-impulsif-1zs7T7zjQ9n>
- Maharany, R. A., & Santika, I. W. (2019). *Peran Gender Sebagai Variabel Moderasi Dalam Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Mastarida, F. (2023). Hubungan Kualitas Layanan, Pengalaman Konsumen, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen: Model Konseptual. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 521-526.
- Nafisa, K., Alawiyah Matondang, K., Azzahra, N., Sitorus, V., Nasution, R. R. P., & Trizzela Pereyra. (2024). *Dampak promosi tanggal kembar terhadap keputusan pembelian dan daya beli mahasiswa: Analisis empiris pada mahasiswa jurusan akuntansi UNIMED angkatan 2024*.

- Nasihah, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketetapan Waktu, Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Nurlinda, R., & Yuliyani, A. (2021). Analisis perbedaan perilaku impulse buying berdasarkan gender pada marketplace tokopedia. *Jurnal Ekonomi: Journal of Economic*, 12(02), 1-14.
- Pramesti, D. Y., Widyastuti, S., & Riskarini, D. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, dan promosi *e-commerce* terhadap kepuasan konsumen *Shopee*. *JIMP: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 1(1), 27-39.
- Pribadi, S., Setyawati, A., & Muldiansyah, M. I. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Pusat di Tomang Jakarta Barat. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 8(1), 76-84.
- Priyatno, D. (2016). Belajar alat analisis data dan cara pengolahannya dengan SPSS. Yogyakarta: Gava Media, 89.
- Putri, A. L., & Febrisyah, D. (2023). Analisis kualitas pelayanan jasa pengiriman terhadap kepuasan konsumen JNE Express di Kecamatan Batam Kota. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(3), 103-112.
- Putra, K. G., & Bahrin, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketetapan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Pos Indonesia). *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 4(1), 44-51.
- Rachmat, Z., Pandowo, A., Rukmana, A. Y., Haryanti, I., Sasongko, D. B., Nugraha, J. P., & Salam, R. (2023). Digital marketing dan *E-commerce*. *Padang: Global Eksekutif Teknologi*.
- Rahmawati, W. A., & Lestari, A. (2023). Kendala kecepatan pengiriman dan pembelian di *e-commerce*. *Journal Sains Student Research*, 1(1), 944-955.
- Ramadiansyah, S. A., Pradhana, I. P. D., & Haes, P. E. (2024). Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di *Shopee* 11.11. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(3), 851-858.
- Rangkuti, F. (2018). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur Strat. Meningk. Kep. Plg*. Gramedia Pustaka Utama.
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioral sciences* (2nd ed.). Holt, Rinehart and Winston.

- Sari, N. & Suryani, D. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Transaksi terhadap Kepuasan Konsumen dalam *E-commerce*. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 4(1), 78-92.019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson.
- Sianipar, W. (2018). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Online. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis Digital*, 3(1), 14-25.
- Siburian, W., & Kartika, L. N. (2021). Pengaruh kualitas layanan, persepsi harga, dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express di Perawang. In *Prosiding Seminar Nasional Dan Call For Papers Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Immanuel* (pp. 30-42).
- Siswadi, A., Putri, R. D., & Santoso, H. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode SERVQUAL. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(2), 133-145.
- Sitompul, R., Prasetya, A., & Santoso, B. (2020). *Analisis Kepuasan Pelanggan Restoran Berdasarkan Kualitas Produk dan Layanan*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 102–115.
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd. *ALFABETA*, cv.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Andi Publisher.
- Wijaningsih, R., Ekawati, E., & Fachri, A. (2024). Peran Fear of Missing Out Memediasi Pengaruh Promo Event Tanggal Kembar *E-commerce Shopee* Terhadap Impulsive Buying Tendency Pada Generasi Z Pengguna *Shopee* di Bandar Lampung. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 4(3), 58-72.
- Wiyanti, A. R., & Farida, S. N. (2024). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pengguna *Shopee* Di Surabaya. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 7811-7823.
- Wulansari, S. (2024). *Analisis Segmentasi Pelanggan di Tiga E-commerce Yang Paling Banyak Dikunjungi di Indonesia Pada Tahun 2023 Menggunakan RFM Model dan Teknik Clustering* (Doctoral dissertation, Universitas Bakrie).
- Yulianto, E. R., & Widodo, W. (2022). *Pengaruh kualitas layanan pengiriman terhadap kepuasan dan keputusan pembelian konsumen e-commerce*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 145–155.

- Yusuf, I. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Express Cabang Krakatau Medan.
- Zahra, S., Tirta, Y. A. D., & Khoironi, T. A. (2022, October). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang *Shopee* Express Di Kota Serang. In *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)* (Vol. 2, No. 1, pp. 109-122).