

PENGARUH LOGISTICS SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA PENGGUNA JASA KURIR SHOPEE EXPRESS DI SURABAYA

Siska Anggreani, Stefanus Budy Widjaja Subali*, Fitri Novika

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya, Raya Kalirungkut, Surabaya 60293

*Corresponding author: budysubali@staff.ubaya.ac.id

Abstract—This study aims to determine the effect of logistics service quality, namely personnel contact quality, timeliness, order conditions, order discrepancy handling, and operational information sharing on customer satisfaction among Shopee Express courier service users in Surabaya. This research method uses a questionnaire with a total of 180 respondents in Surabaya who have used Shopee Express in the last 6 months. The regression model in this study is SEM (Structural Equation Model) with AMOS 23 software. The results of this study indicate that the variables of personnel contact quality, timeliness, order condition, order discrepancy handling, and operational information sharing have an effect on customer satisfaction.

Keywords: logistics service quality, customer satisfaction, shopee express

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *logistics service quality*, yaitu *personnel contact quality*, *timeliness*, *order condition*, *order discrepancy handling*, dan *operational information sharing* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna jasa kurir Shopee Express di Surabaya. Metode penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah responden sebesar 180 responden di Surabaya yang pernah menggunakan Shopee Express 6 bulan terakhir. Model pada penelitian merupakan SEM (*Structural Equation Model*) dengan software AMOS 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *personnel contact quality*, *timeliness*, *order condition*, *order discrepancy handling*, dan *operational information sharing* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*.

Kata kunci: kualitas layanan logistik, kepuasan pelanggan, shopee express

Pendahuluan

Perkembangan pada era globalisasi saat ini membuat permintaan akan jasa pengiriman mengalami peningkatan yang signifikan, jasa pengiriman merupakan bagian yang sangat melekat dengan pelanggan dimana pelanggan menginginkan suatu hal yang praktis, mudah, nyaman, dan cepat dalam hal pengiriman barang. Dengan meningkatnya permintaan pelanggan serta dengan berkembangnya toko online maka pelanggan memiliki minat yang besar terhadap jasa pengiriman barang.

Pertumbuhan bidang usaha logistik di Indonesia saat ini mengalami kenaikan yang cukup signifikan, hal ini dibuktikan dengan hasil survey yang dilakukan oleh LPI (*Logistics Performance Index*) 2018 dimana dari 160 negara Indonesia naik 17 peringkat dari yang peringkat 63 ke peringkat 46 dengan persentase sebesar 5,7 persen, setiap tahun perusahaan jasa logistik mengalami kenaikan yang disebabkan oleh masyarakat Indonesia yang menggunakan jasa kurir untuk mengirimkan dokumen-dokumen mereka kepada perusahaan (supply chain indonesia, 2018).

Menurut SCI sektor pada layanan jasa ini akan mengalami peningkatan sebesar 1,08 persen dari 676 triliun pada tahun 2021 akan menjadi 699,1 triliun pada tahun 2022. Pertumbuhan sektor logistik pada 2022 ini didukung dengan adanya kinerja pada sektor industri non-migas terutama pada industri makanan perdagangan yang disebabkan dengan dilakukannya ekspor – impor. Pertumbuhan ini membuat perusahaan jasa logistik perlu memiliki adanya perencanaan bisnis yang tepat dimana adanya efektivitas operasional penguatan dalam pemanfaatan teknologi dan kompetensi sumber daya manusia (bisnisnews.id).

Pelayanan jasa logistik terjadi kenaikan juga dipicu dengan adanya pandemi COVID-19. Berdasarkan anjuran pemerintah masyarakat diminta untuk melakukan kegiatan di rumah danditidak bepergian ke tempat umum atau keramaian sebagai upaya mencegah penyebaran COVID-19. Kondisi tersebut mengakibatkan masyarakat dalam beberapa waktu kedepan harus melakukan aktivitas dari rumah. Akibat adanya anjuran untuk melakukan semua kegiatan di rumah bisnis pengiriman barang mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 30 hingga 40 persen (katadata.co.id).

Peningkatan permintaan pada layanan pengiriman barang mengakibatkan persaingan bisnis antar perusahaan jasa pengiriman juga akan semakin meningkat dan para perusahaan akan berlomba-lomba untuk menarik perhatian dengan menawarkan kualitas jasa terhadap pelanggan. Kualitas jasa pada layanan pengiriman barang merupakan salah satu aspek yang sangat diperhatikan dimana perusahaan harus memberikan perhatiannya kepada pelanggan agar pelanggan tetap menggunakan layanan jasa dari perusahaan tersebut.



Gambar 1. Data Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Jasa Pengiriman
Sumber: Iprize (2021)

Berdasarkan pada gambar 1. sebanyak 34,1% pelanggan di Asia Tenggara merasa ketidakpuasan terhadap pelayanan jasa pengiriman, di Indonesia sendiri ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pengiriman sebanyak 44,3%, padahal kualitas pengiriman pada akhir- akhir ini memberikan pengaruh kepuasan terhadap pelanggan, karena dengan kepuasan pelanggan merupakan kunci kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan jasa pengiriman barang. Berdasarkan *customer satisfaction index* (CSI) kepuasan pelanggan dapat berhasil apabila telah mencapai 80% atau lebih namun jika nilai *customer satisfaction index* (CSI) hanya mencapai 50% atau rendah maka menunjukkan jika pelayanan yang diberikan kurang baik dan memuaskan bagi pelanggan (Widodo & Sutopo, 2018).

Penggunaan Shopee Express sebagai objek pada penelitian ini dikarenakan Shopee Express yang merupakan layanan pengiriman yang disediakan oleh salah satu *e-commerce* yang ada di Indonesia. Shopee Express merupakan salah satu dari banyaknya jasa kurir atau pengiriman yang ada di Indonesia dimana Shopee Express menawarkan pengiriman yang cepat dan terpercaya dengan menggunakan jaringan kurir yang luas di seluruh Indonesia. Dalam pengirimannya Shopee Express menyediakan berbagai pilihan jasa pengiriman seperti Shopee Express standar, Shopee Express sameday, Shopee Express instant, dan pengambilan di tempat. Shopee Express juga menawarkan layanan pelacakan paket secara online sehingga pengirim dan penerima dapat memantau status pengiriman dan perkiraan waktu tiba paket. Selain itu Shopee Express juga memberikan jaminan keamanan dan perlindungan terhadap kerusakan atau kehilangan paket selama proses pengiriman (shopee.co.id).

Shopee Express merupakan salah satu layanan jasa logistik yang terintegrasi dengan bisnis *e-commerce* di Indonesia yaitu Shopee. Shopee sendiri merupakan salah satu perusahaan *e-commerce* yang memiliki reputasi yang baik di masyarakat Indonesia, hal ini dapat dilihat dari jumlah total pengunjung *website* shopee. Selain itu, Shopee Express tidak perlu melakukan komunikasi dua arah dengan pihak *e-commerce* karena terjadinya integrasi dibawah satu manajemen yang sama.

Shopee Express digunakan untuk menyelesaikan permasalahan shopee dalam urusan logistik dalam menjamin keamanan dan kepercayaan yang telah diberikan oleh konsumen. Perihal tersebut membuat Shopee Express memiliki kelebihan dibandingkan kompetitornya secara aksesibilitas yang lebih baik karena terafiliasi dengan perusahaan *e-commerce*. Salah satu alasannya membuat proses layanan seperti *review* maupun protes terhadap pihak logistik dapat ditangani secara tepat dan cepat oleh satu pihak saja.

Shopee Express memberikan pelayanan berupa keunggulan dalam kepuasan pelanggan. Setiap konsumen menginginkan pelayanan yang melebihi harapan mereka yang dimana pelayanan yang lebih baik, efektif, dan cepat. Sehingga perusahaan diminta untuk mampu menyebabkan kegembiraan dan kepuasan terhadap pelanggan dalam jenis pelayanan jasa. Namun, apabila perusahaan tidak mampu memberikan apa yang diinginkan oleh pelanggan maka akan memberikan adanya jarak antara keinginan pelanggan dan apa yang diterima oleh pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Shopee Express.

Topik ini dianggap penting untuk dibahas karena sebagai salah satu pengguna *Shopee Express* penulis ingin mengetahui apakah layanan yang diberikan oleh *shopee expres* sudah memberikan kepuasan terhadap pelanggannya, serta bertujuan untuk memberikan gambaran kepada masyarakat mengenai kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa pengiriman pada *Shopee Express*.

Personal Contact Quality merupakan perantara yang menghubungkan antara konsumen dengan karyawan dalam rangka untuk memenuhi keinginan dari konsumen atas pelayanan yang diberikan melalui kepedulian, simpati, dan kemampuan dalam memecahkan masalah yang muncul (Ho *et al.*, 2012).

Timeliness merupakan sistematik pengiriman barang kepada pelanggan sesuai dengan hari dan tanggal yang telah ditetapkan, jika waktu pengiriman tidak sesuai dengan hari dan tanggal yang telah ditetapkan akan membuat customer komplain namun jika barang yang diterima sesuai dengan tepat waktu akan membuat customer merasa puas (Siburian *et al.*, 2019).

Order Condition merupakan faktor keberhasilan penyedia jasa layanan ketika mengantar pesanan, penting bagi penyedia jasa kurir untuk memenuhi dan mempertahankan kuantitas dan kualitas pada saat pengantaran barang dimana apakah barang tersebut mengalami kerusakan atau tidak (Ho *et al.*, 2012).

Order Discrepancy Handling merupakan kemampuan sebagai penyedia jasa logistik dalam menangani kesalahan dalam pengiriman barang (Mentzer *et al.*, 2001).

Operational Information Sharing merupakan sistem informasi yang diterapkan oleh perusahaan logistik dalam memaksimalkan layanan logistik dan meningkatkan pemahaman mengenai mutu dari suatu layanan. Sistem informasi logistik terdiri atas sistem *internal* dan *external* (Parasuraman *et al.*, 1985).

Customer Satisfaction merupakan tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang telah dialami dengan harapannya, sehingga tingkat kepuasan ditentukan oleh perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan yang ada, dimana kekecewaan pelanggan muncul jika harapannya tidak dapat terpenuhi (Oliver, 2019).

Hipotesis Penelitian

H1. *Personal Contact Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada Jasa Kurir Shopee Express di Surabaya.

H2. *Timeliness* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada Jasa Kurir Shopee

Express di Surabaya.

H3. *Order Condition* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada Jasa Kurir Shopee Express di Surabaya.

H4. *Order Discrepancy Handling* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada Jasa Kurir Shopee Express di Surabaya.

H5. *Operational Information Sharing* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* pada Jasa Kurir Shopee Express di Surabaya.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan *basic research*. Menurut Kumba (2017:26) *basic research* bertujuan untuk pengembangan teori dan evaluasi terhadap konsep-konsep yang teoritis. Penelitian *causal* menurut Sugiyono (2017:37) jenis penelitian yang bersifat *causal* merupakan hubungan yang bersifat sebab-akibat yang dimana pada variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi. Pada penelitian ini variabel independen dalam penelitian ini ada lima, yaitu *Personnel Contact Quality*, *Timeliness*, *Order Condition*, *Order Discrepancy Handling*, dan *Operational Information Sharing*. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Customer Satisfaction*.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dimana menurut (Sugiyono, 2017:7) penelitian kuantitatif merupakan data penelitian yang berupa angka-angka dan dianalisis dengan menggunakan statistik. Sumber yang digunakan pada penelitian sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer merupakan data yang didapatkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden yang telah memenuhi karakteristik yang telah ditetapkan, sedangkan sumber sekunder merupakan data yang didapatkan secara tidak langsung. Dalam penelitian ini sumber sekunder dengan melalui buku, website serta jurnal yang sesuai dengan topik penelitian.

Aras yang digunakan oleh variabel dalam penelitian ini merupakan aras interval yang memiliki jarak dan selisih yang jelas. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert 5 *point*, penggunaan skala likert 5 *point* karena dapat mengakomodir responden dari jawaban yang bersifat netral, selain itu penggunaan skala likert 5 *point* pada penelitian ini dikarenakan jika penggunaan skala 7 *point* atau skala 13 *point* pada kuesioner akan membuat para responden kesusahan dalam memahami setiap informasi yang diberikan.

Sekaran & Bougie (2017:64) mendefinisikan populasi sebagai keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal lain yang akan dianalisis oleh peneliti. Populasi pada penelitian ini adalah orang yang sudah pernah menggunakan jasa Shopee Express. Karakteristik populasi yang ada pada penelitian ini merupakan pelanggan *Shopee Express* yang berdomisili di Surabaya

Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian yang mencakup jumlah dan karakteristik dari populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* sampel, dimana dalam teknik pengambilan sampel tidak terdapat probabilitas untuk dipilih jika tidak memiliki karakteristik yang telah ditetapkan. Jenis *sampling* yang digunakan pada penelitian ini *purposive sampling* dimana telah ditetapkan karakteristik khusus yang telah disesuaikan pada sampel penelitiannya. Karakteristik sampel yang ada pada penelitian ini merupakan pelanggan yang pernah menggunakan *Shopee Express* selama 6 bulan terakhir, minimal berusia 17 tahun, berdomisili di Surabaya, dan pernah mengalami ketidaksesuaian atau masalah mengenai pemesanan barang dengan menggunakan layanan Shopee Express, pernah berinteraksi dengan kurir secara langsung.

Hasil

Model pengukuran dalam *Structural Equation Modeling* (SEM) merupakan model yang menggambarkan hubungan antara suatu variabel laten dengan indikator-indikatornya. Fase dalam model pengukuran dilakukan untuk menguji apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian telah valid dan reliabel.

Pada penelitian ini dilakukan analisis model pengukuran dengan metode CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) terhadap seluruh indikator variabel. Hendaknya suatu model dapat dikatakan layak untuk dapat dianalisis lebih lanjut, model pengukuran harus memenuhi kriteria dari GoF (*Goodness of Fit*). Hasil tes GoF (*Goodness of Fit*) berikut dapat ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 1

Uji Goodness of Fit Measurement Model

No	Goodness Of Fit	Kriteria	Hasil Uji	Keterangan
1	CMIN/DF	$\leq 3,00$	1,156	<i>Good Fit</i>
2	RMSEA	$\leq 0,08$	0,030	<i>Good Fit</i>
3	GFI	<i>Marginal Fit (0,8 - 0,9)</i> <i>Good Fit ($\geq 0,9$)</i>	0,918	<i>Good Fit</i>
4	CFI		0,983	<i>Good Fit</i>
5	TLI		0,978	<i>Good Fit</i>

Pada tabel 1 menunjukkan hasil dari uji *Goodness of Fit* (GoF) *measurement*. Hasil CMIN/DF menunjukkan hasil sebesar 1.156 dan dapat dikategorikan *good fit* karena telah memenuhi kriteria yaitu kurang dari sama 3,00. Hasil uji RMSEA bernilai 0.030 dan dapat dikategorikan *good fit* karena telah memenuhi kriteria yaitu kurang dari sama 0.08. Hasil uji GFI bernilai 0,918 dan dapat dikategorikan *good fit* karena telah memenuhi kriteria yaitu lebih dari sama 0,9. Hasil uji CFI bernilai 0.983 dan dapat dikategorikan *good fit* karena telah memenuhi kriteria yaitu lebih dari sama 0,9 dan hasil uji TLI bernilai 0.978 dan dapat dikategorikan *good fit* karena telah memenuhi kriteria yaitu lebih dari sama 0,9.

Setelah tahap *measurement model* terpenuhi, maka akan dilanjutkan dengan pengujian *structural model* untuk menguji hipotesis dan menjawab rumusan masalah yang ada. Variabel yang digunakan pada *structural model* menggunakan variabel-variabel yang telah valid dan reliabel pada *measurement model* sebelumnya. Tahap pertama pada *structural model* dilakukan dengan melihat nilai *Goodness of Fit*, yang digunakan untuk mengukur kesesuaian model struktural dengan data empiris.

Tabel 2

Uji Goodness of Fit Structural Model

No	Goodness Of Fit	Kriteria	Hasil Uji	Keterangan
1	CMIN/DF	$\leq 3,00$	1,156	<i>Good Fit</i>
2	RMSEA	$\leq 0,08$	0,030	<i>Good Fit</i>
3	GFI	<i>Marginal Fit (0,8 - 0,9)</i> <i>Good Fit ($\geq 0,9$)</i>	0,918	<i>Good Fit</i>
4	CFI		0,983	<i>Good Fit</i>
5	TLI		0,978	<i>Good Fit</i>

Setelah memenuhi tahap *structural model*, maka akan dilanjutkan dengan pengujian hipotesis untuk melihat dan mengevaluasi pengaruh yang terjadi antar variabel. Pengaruh yang terjadi antar variabel dapat dievaluasi melalui hasil signifikansi dan arah pengaruh antar satu variabel dengan variabel lainnya.

Tabel 3*Hasil Pengujian Hipotesis*

	Hipotesis	<i>Standardized estimate</i>	C.R.	<i>P-value</i>	Keterangan
H1 (+)	PCQ→CS	0,178	2,216	0,027	<i>Supported</i>
H2 (+)	T→CS	0,251	2,474	0,013	<i>Supported</i>
H3 (+)	OC→CS	0,163	2,290	0,022	<i>Supported</i>
H4 (+)	ODH→CS	0,222	2,226	0,026	<i>Supported</i>
H5 (+)	OIS→CS	0,362	2,945	0,003	<i>Supported</i>

Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa variabel *personnel contact quality* memiliki pengaruh yang positif kepada *customer satisfaction* dimana hasil dari *P-value* memiliki nilai 0,027 menunjukkan jika nilai tersebut lebih < 0,05 serta hasil dari C.R memiliki nilai 2,216 menunjukkan jika nilai tersebut lebih > 1,96. Variabel *timeliness* memiliki pengaruh yang positif kepada *customer satisfaction* dimana hasil dari *P-value* memiliki nilai 0,013 menunjukkan jika nilai tersebut lebih < 0,005 serta hasil dari C.R memiliki nilai 2,474 menunjukkan jika nilai tersebut lebih > 1,96. Variabel *order condition* memiliki pengaruh yang positif terhadap *customer satisfaction* dimana hasil dari *P-value* memiliki nilai 0,022 menunjukkan jika nilai tersebut < 0,005 serta hasil dari C.R memiliki nilai 2,290 menunjukkan jika nilai tersebut > 1,96. Variabel *order discrepancy handling* memiliki pengaruh yang positif terhadap *customer satisfaction* dimana hasil dari *P-value* memiliki nilai 0,026 menunjukkan jika nilai tersebut lebih < 0,005 serta hasil dari C.R memiliki nilai 2,226 menunjukkan jika nilai tersebut > 1,96. Variabel *operational information sharing* memiliki pengaruh yang positif kepada *customer satisfaction* dimana hasil dari *P-value* memiliki nilai 0,003 menunjukkan jika nilai tersebut < 0,005 serta hasil dari C.R memiliki nilai 2,945 menunjukkan jika nilai tersebut > 1,96.

Kesimpulan dan Saran

Berikut merupakan hasil uji hipotesis dari penelitian tersebut:

1. *Personnel Contact Quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna Jasa Kurir *Shopee Express* di Surabaya.
2. *Timeliness* berpengaruh signifikan dan positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna Jasa Kurir *Shopee Express* di Surabaya.
3. *Order Condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna Jasa Kurir *Shopee Express* di Surabaya.
4. *Order Discrepancy Handling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna Jasa Kurir *Shopee Express* di Surabaya.
5. *Operational Information Sharing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna Jasa Kurir *Shopee Express* di Surabaya.

Rekomendasi yang diberikan oleh peneliti ditujukan kepada *Shopee Express* serta rekomendasi yang ditujukan kepada peneliti selanjutnya berdasarkan atas keterbatasan dari penelitian ini.

1. Rekomendasi bagi Perusahaan

Berdasarkan pada hasil penelitian didapatkan bahwa *operational information sharing* memiliki pengaruh yang paling besar terhadap *customer satisfaction*. Sehingga peneliti memberikan

rekomendasi terhadap pihak Shopee Express Surabaya untuk dapat *mengupgrade* terkait informasi mengenai kurir sehingga tidak hanya pihak kurir yang mengetahui informasi mengenai pelanggan tetapi pelanggan juga mengetahui informasi mengenai kurir yang mengantarkan barang mereka seperti nama kurir dan nomor yang dapat dihubungi oleh pelanggan.

Variabel *Timeliness* memiliki pengaruh paling besar setelah *operational information sharing* sehingga penulis dapat merekomendasikan agar pihak *Shopee Express* dapat memberikan pemberitahuan kepada pelanggan terkait keterlambatan pengiriman melalui metode lain seperti melalui pesan atau dapat melalui email yang telah diberikan oleh pelanggan pada saat pendaftaran.

2. Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Penelitian ini hanya terfokuskan pada daerah Surabaya sehingga bagi peneliti selanjutnya dapat diperluas jangkauan daerah agar hasil yang didapat lebih beragam.
- b. Peneliti selanjutnya memungkinkan untuk dapat menggunakan objek jasa pengiriman yang memang belum digunakan dalam penelitian lainnya.

Daftar Referensi

- Akil, S., & Ungan, M. C. (2022). E-Commerce Logistics Service Quality: Customer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*, 20(1), 1-19.
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37-52.
- Apriyadi, D. (2017). Analisis pengaruh ketepatan waktu, fasilitas dan harga tiket terhadap kepuasan penumpang kereta api di stasiun Purwosari. *Magistra*, 29(99).
- Ariani, D., & Dwiyanto, B. M. (2013). Analisis Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Khas Padang Sumatera Barat). *Diponegoro Journal of Management*, 30-39.
- Arikunto, S. (2019). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka cipta.
- Bisnisnews. (2021). 2022 Sektor Logistik Masih Menjanjikan Ini Prediksi dan Analisis SCI. <https://bisnisnews.id/detail/berita/2022-sektor-logistik-masih-menjanjikan-ini-prediksi-dan-analisis-sci--> diakses 22 Agustus 2022.
- Daryanto dan Setyobudi, I. (2014). Konsumen dan Pelayanan Prima. Yogyakarta: Gava Media.
- Dewantoro, D., Aryani, L., & Marzuki, F. (2020, November). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 278-293).
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). Multivariate data analysis: Pearson new international edition. *Essex: Pearson Education Limited*, 1(2).
- Hafizha, S., Abdurrahman and Sri Nuryani, H. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, Dan Fasilitas Kepuasan Pelanggan J&T EXPRESS. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 2,1 (Jul.2019). DOI:<https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.266>.
- Hati, S. W., & Juliati, A. (2019). Analisis Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Logistik Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. 7(2), 240-249.
- Ho, J. S. Y., Teik, D. O. L., Tiffany, F., Kok, L. F., & Teh, T. Y. (2012). Logistic service quality among courier services in Malaysia. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 3(4), 113- 117.
- Iprize. (2021). Konsumen Indonesia menginginkan pengalaman pengiriman e-commerce yang lebih baik, sebuah survei oleh Parcel Perform membuktikan. <https://iprice.co.id/trend/insights/konsumen-indonesia-menginginkan-pengalaman-pengiriman-e-commerce-yang-lebih-baik-sebuah-survei-oleh-parcel-perform->

membuktikan/ diakses: 9 Agustus 2022

- Jang, H. M., Marlow, P. B., & Mitroussi, K. (2013). The effect of logistics service quality on customer loyalty through relationship quality in the container shipping context. *Transportation Journal*, 52(4), 493-521.
- Jiang Y, Lai P, Chang C-H, Yuen KF, Li S, Wang X. Sustainable Management for Fresh Food E-Commerce Logistics Services. *Sustainability*. 2021; 13(6):3456. <https://doi.org/10.3390/su13063456>
- Kirono, I., & Hadiwidjojo, D. (2019). *Logistics performance collaboration strategy and information sharing with logistics capability as mediator variable (study in Gafeksi East Java Indonesia)*. *International Journal of Quality & Reliability Management*. doi:10.1108/ijqrm-11-2017-0246
- Kotler, P. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. John Wiley & Sons.
- Kumba, D. (2017). *Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis*.
- Lie, G. G. W., & Bernardus, D. (2018). *Pengaruh Layanan Dropshipper Terhadap Kepuasan Konsumen End-User Prima*.
- Lu, C. S., & Lu, C. H. (2011). Logistics service quality: A new way to loyalty. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(4), 447-472.
- Mattila, A. S., & Mount, D. J. (2006). The impact of timeliness on complaint satisfaction in the context of call-centers. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 14(3), 5-16.
- Mentzer, J. T., Flint, D. J., & Hult, G. T. M. (2001). Logistics service quality as a segment-customized process. *Journal of marketing*, 65(4), 82-104.
- Mentzer, J. T., Myers, M. B., & Cheung, M. S. (2004). Global market segmentation for logistics services. *Industrial marketing management*, 33(1), 15-20.
- Oliver, J. 2019. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal “SS” Purwokerto). *Hilos Tensados*, 9 (1): 1–476.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing*, 49(4), 41-50.
- Ratnasari, R. (2017). Analisis kepuasan konsumen pada produk makanan cepat saji dengan metode importance performance analysis (IPA) di kota Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 53(1), 109- 117.
- Saura, I. G., Francés, D. S., Contri, G. B., & Blasco, M. F. (2008). Logistics service quality: a new way to loyalty. *Industrial management & data systems*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian Edisi 6 Buku 2, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610*.
- Setijadi. (2018). LPI 2018, Peringkat Indonesia Naik ke Peringkat 46. <https://supplychainindonesia.com/lpi-2018-peringkat-indonesia-naik-ke-peringkat-46/> diakses: 9 Agustus 2022.
- Siburian, W., & Kartika, L. N. (2021, December). 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).
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:CV. Alfabeta.
- SupplyChainIndonesia, (2018). Pengangkutan Barang di Jalur Pantura. <https://supplychainindonesia.com/pengangkutan-barang-di-jalur-pantura/> diakses 17 Agustus 2022.
- Sutrisno, A., Andajani, E., & Widjaja, F. N. (2019). The effects of service quality on customer satisfaction and loyalty in a logistics company. *KnE Social Sciences*, 85-92.
- Sumarna, D. L., & Siregar, I. H. (2022). Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Pos Kilat Khusus Pt Pos Indonesia (Persero). *Jurnal Logistik Bisnis*, 12(2), 64-75.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran jasa: Prinsip, praktik, dan penelitian*. Andi.

- Uvet, H. (2020). Importance of logistics service quality in customer satisfaction: An empirical study. *Operations and Supply Chain Management: An International Journal*, 13(1), 1-10.
- Walpole, Ronald E.; "Pengantar Statistika", edisi ke-3, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1995.
- Widodo, S. M., & Sutopo, J. (2018). Metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengetahui pola kepuasan pelanggan pada e-commerce model business to customer. *Jurnal Informatika Upgris*, 4(1)
- Wulanda, N. (2022). Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Kurir Di Kantor POS Palembang. *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 3(1), 78-115.
- Zailani, S., Jafarzadeh, S., Iranmanesh, M., Nikbin, D., & Selim, N. I. I. (2018). *Halal logistics service quality: conceptual model and empirical evidence. British Food Journal*. doi:10.1108/bfj-07-2017-0412.