



Analisis Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pelacakan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Muhamad Hafizh Dwi Febriani¹

¹Institut Transportasi dan Logistik Trisakti, Jakarta, Indonesia, muhamadhafizh1125@gmail.com

Corresponding Author: muhamadhafizh1125@gmail.com¹

Abstract: *The Effect of Delivery Speed, Tracking Accuracy and Service Quality on Customer Satisfaction is a scientific article of literature study within the scope of the field of science. The purpose of this article is to build a hypothesis of the effect of the independent variable on the dependent variable that will be used in subsequent research. The object of research on online media libraries, Google Scholar, Semantic Scholar, Elsevier, Zotero and other online journal media. Research methods with library research sourced from e-books and scientific journals. Qualitative descriptive approach analysis. The results of this article: 1) Delivery Speed affects Customer Satisfaction; 2) Tracking Accuracy affects Customer Satisfaction; and 3) Service Quality affects Customer Satisfaction.*

Keyword: *Kepuasan Pelanggan, Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pelacakan, Kualitas Pelayanan*

Abstrak: Pengaruh Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pelacakan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah artikel ilmiah studi pustaka dalam ruang lingkup bidang ilmu. **Tujuan** artikel ini membangun hipotesis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang akan digunakan pada riset berikutnya. **Objek riset** pada pustaka media online, *Google Scholar, Semantic Scholar, Elsevier, Zotero* dan media jurnal *online* lainnya. **Metode riset dengan library research** bersumber dari *e-book* dan journal ilmiah. **Analisis** pendekatan deskriptif kualitatif. **Hasil** artikel ini: 1) Kecepatan Pengiriman berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan; 2) Akurasi Pelacakan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan; dan 3) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pelacakan, Kualitas Pelayanan

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah.

Dalam era digital saat ini, industri logistik mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan pengiriman barang. Kecepatan pengiriman, akurasi pelacakan, dan kualitas pelayanan menjadi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kecepatan pengiriman yang cepat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan karena memenuhi ekspektasi terhadap waktu penerimaan barang (Iqbal et al., 2023). Kecepatan pengiriman yang lambat sering kali menjadi sumber ketidakpuasan pelanggan yang signifikan, terutama dalam industri e-commerce yang sangat kompetitif (Lin et al., 2023)

Selain kecepatan, akurasi pelacakan barang juga menjadi aspek penting yang diperhatikan oleh pelanggan. Pelanggan menginginkan transparansi dan kepastian mengenai lokasi barang yang mereka pesan (Hafez et al., 2021). Ketidakakuratan dalam pelacakan dapat menimbulkan ketidakpastian dan ketidakpuasan, karena pelanggan merasa tidak mendapatkan informasi yang cukup mengenai status pengiriman barang mereka (Lotfi et al., 2013). Dengan demikian, sistem pelacakan yang akurat dan real-time menjadi salah satu indikator utama dalam penilaian kualitas layanan logistik.

Kualitas pelayanan juga memainkan peran krusial dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap perusahaan logistik. Interaksi yang baik dengan pelanggan, respon yang cepat terhadap keluhan, serta penanganan barang yang baik merupakan elemen-elemen penting dari kualitas pelayanan (Berry et al., 1988). Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Joong-Kun Cho et al., 2008), ada korelasi positif yang kuat antara kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kecepatan pengiriman, akurasi pelacakan, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor ini akan memberikan wawasan bagi perusahaan logistik untuk meningkatkan layanan mereka dan memenuhi harapan pelanggan, sehingga dapat mempertahankan dan memperluas basis pelanggan mereka dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Artikel ini menganalisis pengaruh Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pelacakan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, suatu studi tinjauan Pustaka dalam bidang ilmu.

Berdasarkan latar belakang maka **tujuan penulisan** artikel ini adalah membangun hipotesis untuk riset selanjutnya, yaitu untuk merumuskan: 1) Pengaruh Kecepatan Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan; 2) Pengaruh Akurasi Pelacakan terhadap Kepuasan Pelanggan; dan 3) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan;

METODE

Metode penyusunan artikel literature review adalah dengan metode kajian pustaka artikel terdahulu yang relevan dengan pembahasan variabel di Analisa secara kualitatif berdasarkan temuan dari Google Scholar, Semantic Scholar, Elsevier dan media publikasi jurnal online lainnya. Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah literatur review atau kajian kepustakaan. Literature review merupakan suatu penelusuran dan penelitian kepustakaan dengan cara membaca dan menelaah berbagai jurnal, buku, dan berbagai naskah terbitan lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian untuk menghasilkan sebuah tulisan yang berkenaan dengan suatu topik atau isu tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan fenomena, tujuan, dan alat analisis yang digunakan dalam menganalisa artikel terdahulu, maka hasil penelitian tersebut dapat ditarik instisari sebagai berikut:

Kepuasan Pelanggan

Menurut Basu Swastha (2012 : 121) Kepuasan Pelanggan adalah suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan, dalam hal ini kita perlu mengetahui bahwa suatu keinginan itu harus diciptakan atau didorong sebelum memenuhi motif, sumber yang mendorong terciptanya suatu keinginan dapat berbeda dari diri orang itu sendiri atau berada pada lingkungannya.

Menurut Sumarwan (2014: 322) Kepuasan Pelanggan adalah mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh pelanggan dari produk yang dibeli tersebut. Jadi menurut pernyataan di atas bahwa kepuasan adalah semua yang mencakup harapan pelanggan, tanggapan maupun atas produk yang mereka beli.

Menurut Oliver (2010, h.8) Kepuasan Pelanggan adalah pemenuhan respons pelanggan. Yaitu penilaian bahwa fitur atau jasa itu sendiri, memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan, termasuk tingkat kurang terpenuhi dan lebih dari pemenuhan.

Dari beberapa teori diatas peneliti mensintesisasikan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah suatu kondisi dimana harapan, keinginan, dan kebutuhan pelanggan terpenuhi melalui produk atau jasa yang dikonsumsi, yang melibatkan aspek kognitif dan emosional, serta dapat bervariasi tingkatannya tergantung pada perbandingan antara ekspektasi dan pengalaman aktual pelanggan.

Kepuasan Pelanggan sebelumnya sudah banyak dilakukan penelitian oleh (ARTAMEVIAH, 2022), (Djumarno et al., 2019), (Unique, 2016)

Kecepatan Pengiriman

Menurut Setiawan (2014:60) **Kecepatan Pengiriman** adalah kirimkan hari yang disepakati dan atasi masalah pengiriman dan keandalan kuantitas seperti akurasi dan kesesuaian kuantitas pengiriman. Kesesuaian isi paket dan waktu pengiriman barang yang dikirim Kesesuaian dengan kuantitas dan persyaratan pengemasan juga dijamin.

Menurut Sakti dan Mahfudz (2018) **Kecepatan Pengiriman** adalah merupakan hal yang sangat krusional mengingat ketepatan pengiriman produk yang telah dipesan akan menjadi faktor yang sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Menurut Riley and Klein (2019) **Kecepatan Pengiriman** adalah suatu interval waktu yang mencakup periode untuk mengangkut pesanan yang berikutnya pelaksanaan mengirimkan ke posisi yang dihendaki oleh konsumen, hal ini menggambarkan satu dari banyaknya aspek kritis dari kapabilitas pengadaan layanan jasa pengiriman, karena kecepatan pengiriman dianggap sebagai servis tambahan dari sebuah platform e-commerce.

Dari beberapa teori diatas peneliti mensintesisasikan bahwa **Kecepatan Pengiriman** adalah komponen vital dalam layanan pengiriman yang mencakup ketepatan waktu, akurasi kuantitas, dan kesesuaian isi paket sesuai dengan yang dijanjikan kepada pelanggan. Faktor ini sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing bisnis, terutama dalam konteks e-commerce, dimana kecepatan dan keandalan pengiriman menjadi nilai tambah yang signifikan.

Kecepatan Pengiriman sebelumnya sudah banyak dilakukan penelitian oleh (Maslikhan et al., 2020), (Wati et al., 2022), (Anggraeni et al., 2024)

Akurasi Pelacakan

Menurut Fihartini dan Prasetyo (2017) Akurasi Pelacakan adalah suatu sistem yang disediakan oleh suatu perusahaan yang berfokus pada bisnis logistik untuk memudahkan pelanggan mengetahui informasi barangnya selagi masih dalam proses pengiriman dengan cara menuliskan nomor resi.

Menurut Nurjannah et al. (2021) Akurasi Pelacakan adalah merupakan suatu fungsi yang dapat memberikan informasi mengenai pengiriman terbaru dengan nomor resi yang telah disediakan, dan beberapa fitur layanan yang ditawarkan.

Menurut Swaid dan Wigand (2009:13) Akurasi Pelacakan adalah bahwa layanan dalam lingkungan elektronik (e-service) sebagai salah satu penyerahan jasa dengan menggunakan media baru yaitu website.

Dari beberapa teori diatas peneliti mensintesis bahwa **Akurasi Pelacakan** adalah **Akurasi Pelacakan** sebelumnya sudah banyak dilakukan penelitian oleh (Unique, 2016), (Wati et al., 2022), (Eviani & Hidayat, 2021)

Kualitas Pelayanan

Menurut Sunyoto (2016:288) Kualitas Pelayanan adalah sejauh mana perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau diperoleh.

Menurut Zeithaml et al., (2009:115) Kualitas Pelayanan adalah merupakan bagaimana sebuah situs web memfasilitasi proses belanja, pembelian, dan pengiriman yang efektif dan efisien pada konsumen.

Menurut Purnama, (2006: 19) Kualitas Pelayanan adalah merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan adalah memberikan kesempurnaan pelayanan untuk tercapainya keinginan atau harapan pelanggan.

Dari beberapa teori diatas peneliti mensintesis bahwa **Kualitas Pelayanan** adalah ukuran sejauh mana suatu layanan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, yang didasarkan pada perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima dengan ekspektasi mereka. Konsep ini mencakup seluruh aspek interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan, baik dalam konteks tradisional maupun digital (e-commerce), dengan tujuan utama mencapai kesempurnaan layanan dan memaksimalkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi faktor kunci dalam keberhasilan bisnis dan loyalitas pelanggan.

Kualitas Pelayanan sebelumnya sudah banyak dilakukan penelitian oleh (ARTAMEVIAH, 2022), (Unique, 2016), (Junior et al., 2019)

Pembahasan

Berdasarkan Kajian teori maka pembahasan artikel tinjauan pustaka ini adalah melakukan analisa mendalam artikel yang terdahulu yang relevan, analisis pengaruh antar variabel dan membuat struktur berfikir rencana penelitian:

Berdasarkan hasil penelitian maka pembahasan artikel ini adalah melakukan analisis artikel yang relevan, analisis pengaruh antar variabel dan membuat pola struktur berfikir rencana penelitian:

Pengaruh Kecepatan Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kecepatan pengiriman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks bisnis modern, terutama dalam era e-commerce yang semakin berkembang. Ketika pelanggan melakukan pembelian, mereka tidak hanya mengharapkan produk yang berkualitas, tetapi juga layanan pengiriman yang cepat dan efisien. Kecepatan pengiriman yang sesuai atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan dapat secara langsung meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Hal ini terjadi karena pengiriman yang cepat memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan, yang merupakan komponen kunci dalam definisi kepuasan pelanggan.

Lebih lanjut, kecepatan pengiriman yang konsisten dapat membangun kepercayaan pelanggan terhadap penyedia layanan. Ketika pelanggan dapat mengandalkan janji pengiriman yang diberikan, ini menciptakan pengalaman positif yang berkontribusi pada kepuasan jangka

panjang. Dalam konteks e-commerce, dimana pelanggan tidak dapat melihat atau menyentuh produk secara langsung sebelum pembelian, kecepatan pengiriman menjadi salah satu faktor utama yang dapat dirasakan dan dievaluasi oleh pelanggan. Oleh karena itu, kecepatan pengiriman menjadi nilai tambah yang signifikan dan dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi bisnis.

Selain itu, kecepatan pengiriman yang baik dapat mengurangi kecemasan pelanggan tentang status pesanan mereka. Ini penting karena kecemasan atau ketidakpastian dapat mempengaruhi persepsi keseluruhan pelanggan terhadap pengalaman berbelanja mereka. Ketika barang tiba dengan cepat, ini tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional pelanggan tetapi juga memberikan kepuasan emosional. Efek domino dari kecepatan pengiriman yang baik dapat memperluas kepuasan pelanggan dari aspek pengiriman ke persepsi keseluruhan terhadap merek atau perusahaan.

Dalam era digital dimana pelanggan semakin menuntut dan memiliki ekspektasi yang tinggi, kecepatan pengiriman telah menjadi standar dasar yang harus dipenuhi oleh bisnis. Kegagalan dalam memenuhi ekspektasi ini dapat dengan cepat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan dan potensial kehilangan bisnis di masa depan. Sebaliknya, konsistensi dalam memberikan layanan pengiriman yang cepat dapat membangun loyalitas pelanggan, mendorong pembelian berulang, dan bahkan menghasilkan rekomendasi positif dari mulut ke mulut. Dengan demikian, investasi dalam meningkatkan kecepatan pengiriman bukan hanya tentang memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga tentang membangun fondasi yang kuat untuk kepuasan pelanggan jangka panjang dan kesuksesan bisnis secara keseluruhan.

Pengaruh Akurasi Pelacakan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Akurasi pelacakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam konteks layanan pengiriman modern. Dalam era digital saat ini, pelanggan tidak hanya menginginkan pengiriman yang cepat, tetapi juga transparansi dan visibilitas terhadap status pesanan mereka. Sistem pelacakan yang akurat memberikan pelanggan kemampuan untuk memantau pergerakan paket mereka secara real-time, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Ketika pelanggan dapat dengan mudah dan akurat melacak paket mereka, hal ini mengurangi ketidakpastian dan kecemasan terkait status pengiriman. Informasi yang tepat dan terkini tentang lokasi paket, estimasi waktu kedatangan, dan setiap pembaruan status pengiriman memberikan rasa kendali dan ketenangan pikiran kepada pelanggan. Hal ini sangat penting dalam membangun kepercayaan antara pelanggan dan penyedia layanan pengiriman atau e-commerce platform.

Lebih lanjut, akurasi pelacakan memungkinkan pelanggan untuk merencanakan penerimaan paket mereka dengan lebih baik. Mereka dapat mengatur jadwal mereka atau membuat pengaturan alternatif untuk penerimaan paket jika diperlukan. Kemampuan ini meningkatkan kenyamanan pelanggan dan menambah nilai pada keseluruhan pengalaman berbelanja online, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam kasus terjadi masalah atau keterlambatan dalam pengiriman, sistem pelacakan yang akurat memungkinkan pelanggan dan penyedia layanan untuk segera mengidentifikasi dan mengatasi masalah tersebut. Transparansi ini dapat mengubah potensi pengalaman negatif menjadi kesempatan untuk menunjukkan layanan pelanggan yang responsif, yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan bahkan dalam situasi yang tidak ideal.

Akurasi pelacakan juga berkontribusi pada persepsi profesionalisme dan keandalan penyedia layanan. Ketika informasi pelacakan konsisten dan akurat, ini mencerminkan efisiensi operasional dan komitmen terhadap layanan pelanggan yang berkualitas. Pelanggan cenderung lebih puas dan loyal terhadap perusahaan yang mereka anggap profesional dan dapat diandalkan.

Terakhir, dalam lingkungan e-commerce yang sangat kompetitif, akurasi pelacakan dapat menjadi faktor pembeda yang signifikan. Perusahaan yang menawarkan sistem pelacakan yang lebih akurat dan user-friendly cenderung mendapatkan keunggulan kompetitif. Pelanggan yang puas dengan pengalaman pelacakan mereka lebih mungkin untuk melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat signifikan dan langsung terhadap kepuasan pelanggan. Ini merupakan faktor kunci yang dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu bisnis dalam mempertahankan pelanggannya. Ketika pelanggan menerima pelayanan yang berkualitas tinggi, yang memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka, tingkat kepuasan mereka cenderung meningkat secara substansial. Pelayanan yang berkualitas mencakup berbagai aspek, termasuk keramahan staf, kecepatan respon, keahlian dalam menangani masalah, dan kemampuan untuk memberikan solusi yang efektif.

Dalam konteks bisnis modern, terutama di era digital, kualitas pelayanan telah berkembang melampaui interaksi tatap muka tradisional. Ini mencakup juga kualitas interface digital, kemudahan navigasi website, responsivitas layanan pelanggan online, dan bahkan personalisasi pengalaman pelanggan. Semua aspek ini berkontribusi pada persepsi pelanggan tentang kualitas pelayanan secara keseluruhan, yang pada gilirannya mempengaruhi tingkat kepuasan mereka.

Pelayanan berkualitas tinggi juga membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan merasa dihargai dan kebutuhan mereka terpenuhi dengan baik, mereka cenderung untuk kembali dan melakukan pembelian berulang. Lebih dari itu, pelanggan yang sangat puas sering kali menjadi advokat merek, merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain, yang dapat memperluas basis pelanggan dan meningkatkan reputasi bisnis.

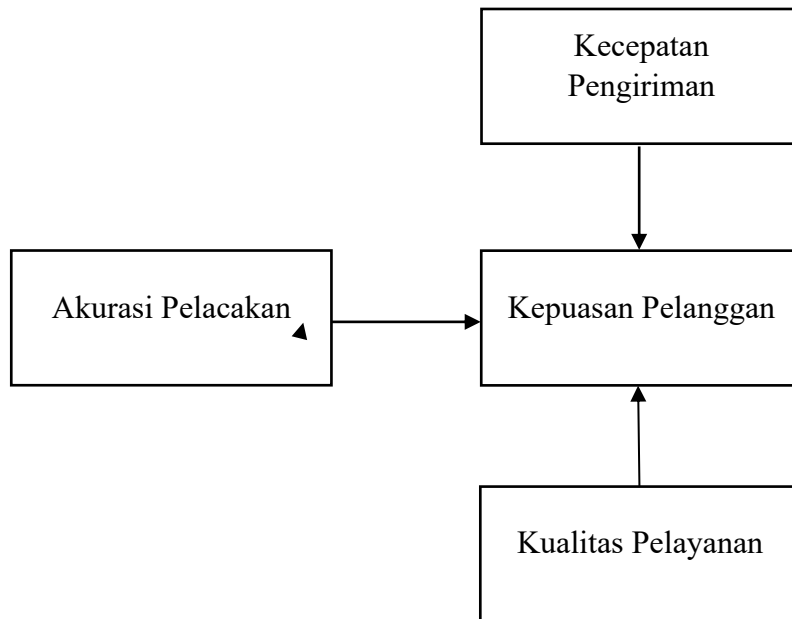
Penting untuk dicatat bahwa kualitas pelayanan bukan hanya tentang menghindari kesalahan atau masalah, tetapi juga tentang bagaimana bisnis menangani situasi ketika sesuatu tidak berjalan sesuai rencana. Penanganan keluhan yang efektif dan responsif dapat mengubah pengalaman negatif menjadi positif, menunjukkan komitmen bisnis terhadap kepuasan pelanggan. Ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan bahkan memperkuat hubungan mereka dengan merek.

Dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif, kualitas pelayanan sering kali menjadi faktor pembeda utama. Pelanggan mungkin bersedia membayar lebih atau menoleransi harga yang lebih tinggi untuk produk atau layanan yang disertai dengan pelayanan berkualitas tinggi. Ini menunjukkan bahwa investasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan bukan hanya tentang meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga dapat berdampak positif pada bottom line bisnis.

Akhirnya, penting untuk memahami bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang dinamis dan terus berkembang. Ekspektasi pelanggan terus meningkat seiring waktu, didorong oleh kemajuan teknologi dan inovasi dalam industri. Oleh karena itu, bisnis perlu terus mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan mereka untuk memastikan bahwa mereka tetap relevan dan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan yang terus berubah. Dengan demikian, fokus yang konsisten pada peningkatan kualitas pelayanan menjadi strategi jangka panjang yang penting untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan temuan rumusan masalah, penelitian terdahulu yang sangat relevan dan pembahasan penelitian, maka tersusun kerangka konseptual artikel ini seperti gambar 1.



Gambar 1: Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar kerangka konseptual di atas, maka: Kecepatan Pengiriman, Akurasi Pelacakan, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Selain dari tiga variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan, masih ada beberapa variabel lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, diantaranya sebagai berikut:

- 1) x4: Harga: Kesesuaian harga dengan nilai yang diterima pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan mereka. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk atau layanan yang diterima dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
- 2) x5: Kemudahan Transaksi: Proses pembelian yang mudah, cepat, dan aman, baik secara online maupun offline, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Ini termasuk kemudahan dalam navigasi website, proses pembayaran, dan pengembalian produk jika diperlukan.
- 3) x6: Inovasi: Kemampuan perusahaan untuk berinovasi dan menawarkan solusi baru dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi.

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan, hasil dan pembahasan maka kesimpulan artikel ini adalah untuk merumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya, yaitu:

- 1) Kecepatan Pengiriman berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
- 2) Akurasi Pelacakan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan
- 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- 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. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i2.2046>
- ARTAMEVIAH, R. (2022). Kajian Pustaka Jasa. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale

- for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Djumarno, Lissha, C. M., & Nurmahdi3, A. (2019). Influence of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer. *International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM)*, 8(6), 7–12. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.31664.64006>
- 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. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMATIK/article/view/1253>
- Hafez, L., Elakkad, E., & Gamil, M. (2021). A Study on the Impact of Logistics Service Quality on the Satisfaction and Loyalty of E-Shoppers in Egypt. *Open Journal of Business and Management*, 09(05), 2464–2478. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2021.95133>
- Iqbal, M., Tanveer, A., Ul Haq, H. B., Baig, M. D., & Kosar, A. (2023). Enhancing customer satisfaction in e-commerce: The role of service quality and brand trust. *Forum for Economic and Financial Studies*, 1(1), 287. <https://doi.org/10.59400/feefs.v1i1.287>
- Joong-Kun Cho, J., Ozment, J., & Sink, H. (2008). Logistics capability, logistics outsourcing and firm performance in an e-commerce market. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 38(5), 336–359. <https://doi.org/10.1108/09600030810882825>
- Junior, O. M. S., Areros, W. A., & Pio, R. J. (2019). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23508.1-9>
- Lin, X., Mamun, A. Al, Yang, Q., & Masukujjaman, M. (2023). Examining the effect of logistics service quality on customer satisfaction and re-use intention. *PLoS ONE*, 18(5 May). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0286382>
- Lotfi, Z., Mukhtar, M., Sahran, S., & Zadeh, A. T. (2013). Information Sharing in Supply Chain Management. *Procedia Technology*, 11(May 2015), 298–304. <https://doi.org/10.1016/j.protcy.2013.12.194>
- Maslikhan, M., Basalamah, M. R., & Athia, I. (2020). Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus JNE Cabang Utama Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 12–21. www.fe.unisma.ac.id
- Unique, A. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 0, 1–23.
- Wati, W. R., Arifin, R., & Suharto, M. K. A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan E-Tracking, Ketepatan Waktu Pengiriman, Harga, Dan Fasilitas Web Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Tengah Wabah Covid 19 (Studi Kasus Pada Pengguna J&T Express Mayjen Panjaitan Kota Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 67–79. www.fe.unisma.ac.id