

PENGARUH LAYANAN PELANGGAN, PENGIRIMAN DAN PENGEMBALIAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada Pelanggan J&T Express Cabang Kota Tangerang)

Erna Apriliasari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
ernaapriliasari82@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh layanan pelanggan, pengiriman, dan pengembalian terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah 125 responden J&T Express Cabang Kota Tangerang. Metode penarikan sampel berdasarkan rumus non probability sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan Partial Least Square. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengembalian positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: layanan pelanggan, pengiriman, pengembalian, kepuasan pelanggan.

Abstract. This study aims to analyze the effect of customer service, delivery, and returns on customer satisfaction. The population in this study were 125 respondents of J&T Express Tangerang City Branch. The sampling method is based on a non probability sampling formula. The data collection method used survey method, with the research instrument was a questionnaire. Data analysis method using Partial Least Square. The results of this study indicate that customer service has a positive and significant effect on customer satisfaction. Delivery has a positive and significant effect on customer satisfaction. Returns are positive and have no significant effect on customer satisfaction.

Keywords: customer service, shipping, returns, satisfaction customer

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia salah satunya disebabkan oleh naiknya kesejahteraan masyarakat, meningkatnya golongan menengah keatas, dan kepuasan konsumen. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, konsumsi akan barang-barang selain kebutuhan dasar, seperti makanan, pakaian, dan perumahan, juga semakin meningkat. Kebutuhan untuk mengonsumsi produk-produk jasa yang timbul dari kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan. Presentasi peningkatan jasa yang di konsumsi naik 3,6% setiap tahunnya di dibandingkan dengan peningkatan konsumsi produk barang yang naik hingga 2% setiap tahunnya untuk periode 1970-1985. Pengeluaran jasa kebanyakan dilakukan oleh golongan menengah atas (tingkat pendapatan diatas US\$50.000) yang merupakan 11% dari keseluruhan golongan masyarakat menyumbang 28% dari total konsumsi jasa. Hal inilah yang kita kenal sebagai “great leap forward” atau kemajuan yang luar biasa dalam dunia jasa.

Industri jasa (industri tersier) terus mengalami perkembangan. Sisi pertumbuhannya, industri ini mengalami peningkatan (1983-1994) sebesar 40%, menjadi 42,1%. Padahal, pada periode

yang sama, industri premier mengalami penurunan tajam sebesar 44% atau menjadi hanya 27% (sumber: BPS). Dilihat dari kontribusi industri ini terhadap product domestic bruto (PDB), gross domestic product (GDP).

J&T Express adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ekspedisi jasa. Dengan menggabungkan kekuatan infrastruktur global, J&T Express menegaskan keahlian sebagai perusahaan logistik untuk berbagai jenis pengiriman semua industri, bahkan menyediakan gudang dan jumlah jasa logistik untuk berbagai kelompok pelanggan. Sejalan dengan meningkatnya arus perdagangan global (ekspor impor) ekonomi regional dan domestik, potensi pasar industri. Bukan hanya itu saja pihak J&T Express juga menyediakan layanan pelanggan, pengembalian barang, serta bertanggung jawab penuh dalam hal pengiriman. Kualitas dari pelayanan jasa pengiriman barang yang diberikan sangat erat kaitannya dengan kepuasan yang dirasakan pelanggan. Semakin baik kualitas jasa pelayanan pengiriman barang maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pelanggan. Tingginya kepuasan yang dirasakan pelanggan akan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Saat ini banyak muncul industri-industri yang menawarkan sarana komunikasi salah satunya di fasilitasi oleh industri jasa pengiriman didalam negeri beberpa tahun ini berkembang cukup pesat. Untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang, saat ini banyak perusahaan jasa pengiriman barang yang terus berkembang dan bersaing untuk merebut pasar. Salah satunya J&T Express, jasa pengiriman juga sangat berpengaruh penting dalam pertumbuhan perdagangan didalam maupun luar negeri.

Tabel 1. Perusahaan Ekspedisi

No	Perusahaan
1	PT Pos Indonesia
2	JNE Express
3	J&T Express
4	Sicepat Express
5	TiKi

Sumber : Karinov.co.id

Daftar peringkat 5 perusahaan ekspedisi terbaik dan terbesar di Indonesia pada tahun 2019, jasa pengiriman barang terpercaya dan paling populer yang memiliki reputasi baik di kalangan konsumen.

Rumusan Masalah

1. Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :
2. Apakah layanan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express ?
3. Apakah pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express ?
4. Apakah pengembalian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh layanan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengiriman terhadap kepuasan pelanggan J&T Express.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengembalian terhadap kepuasan pelanggan J&T Express.

Kontribusi Penelitian

Penelitian ini juga diharapkan memiliki kontribusi teoritis dan praktis sebagai berikut:

Kontribusi Teoritis

Bagi Penulis Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dan studi perbandingan dan referensi bagi peneliti yang sejenis.

Kontribusi Praktis

Bagi Pihak Perusahaan

Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan untuk menentukan kebijakan yang diambil. Untuk mengetahui lebih dalam mengenai Layanan Pelanggan, Pengiriman dan Pengembalian terhadap Kepuasan Pelanggan pada J&T Express Cabang Kota Tangerang.

Bagi Pihak Lain

Dapat digunakan dalam menambah pengetahuan, sebagai bahan perbandingan dan pertimbangan dalam memecahkan masalah yang serupa.

KAJIAN TEORI

Manajemen Pemasaran Jasa

Menurut Lupiyoadi (2013) pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

Karakteristik Jasa

Menurut Lupiyoadi (2013;7) produk jasa memiliki karakteristik yang berbedadengan barang (produk fisik) menyebutkan karakteristik jasa, sebagai berikut.

Intangibility (tidak berwujud)

Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang di alami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman.

Unstorability (tidak dapat disimpan)

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga inseparability (tidak dapat dipisahkan) mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

Customization (kustomisasi)

Jasa sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan, misalnya, pada jasa asuransi dan kesehatan.

Layanan Pelanggan

Menurut (Cao, Ajjan, & Hong, 2018) layanan pelanggan sering diartikan secara luas untuk mencakup banyak aspek layanan, layanan petugas penjualan dalam pemilihan barang dagangan dan dukungan, pemecahan masalah, jawaban untuk pertanyaan yang sering diajukan melalui email dan saluran lainnya, informasi yang diinginkan, penyelesaian transaksi pembayaran dan kredit, dan logistik-kegiatan terkait (seperti penanganan pengembalian). Studi ini memisahkan kegiatan logistik (pengembalian, pengiriman, pelacakan) dari kegiatan layanan pelanggan lainnya termasuk ketepatan waktu layanan, kemudahan akses, dan kualitas interaksi, bahwa persepsi kualitas layanan pelanggan memiliki dampak signifikan pada kepuasan pelanggan yang akan mempengaruhi niat pembelian pelanggan di masa depan.

Pengiriman

Menurut (Cao et al., 2018) Pada waktu pengiriman dan penanganan, peringkat cukup penting untuk memprediksi kepuasan pelanggan dibandingkan dengan harga, dan seringkali penelitian telah menekankan pada pengiriman. (Literatur terakhir telah menemukan bahwa pengiriman barang kerumah pelanggan secara akurat dan berurusan dengan barang-barang dikembalikan dengan benar merupakan dua faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan..

Pengembalian

Menurut (Ahsan & Rahman, 2016) pengembalian adalah arus balik dalam rantai suplai tradisional dan dikategorikan sebagai aktivitas kembali barang kembali melalui rantai pasokan dengan fokus pada pengecer. Meskipun peningkatan perhatian organisasi untuk filosofi cangguh dan metode untuk mencapai kualitas produk yang lebih tinggi (misalnya TQM, Six Sigma, dan operasi ramping), volume pengembalian tetap tinggi dan manajemen produk pengembalian telah menjadi salah satu tantangan besar bagi bisnis ritel hari ini.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Lupiyoadi (2013;228) Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Dalam era globalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari akan pentingnya faktor pelanggan. Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangatlah perlu, walaupun hal tersebut tidaklah semudah mengukur berat badan atau tinggi badan pelanggan yang bersangkutan.

Hubungan Antar Varibel**Pengaruh layanan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan**

Penelitian ini dilakukan oleh (Cao et al., 2018) memisahkan kegiatan logistik (pengembalian, pengiriman, dan pelacakan) dari kegiatan layanan pelanggan lainnya termasuk ketepatan layanan, kemudahan akses, dan kualitas interaksi. Persepsi kualitas layanan pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mempengaruhi niat beli kembali di masa depan.

H1 : Layanan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh pengiriman terhadap kepuasan pelanggan

Penelitian ini dilakukan oleh (Cao et al., 2018) Literatur terakhir telah menemukan bahwa pengiriman barang ke rumah pelanggan secara akurat mempengaruhi kepuasan pembeli. Karakteristik ini termasuk pengiriman tepat waktu, setelah perbaikan layanan, ketersediaan garansi, dan kemampuan pengembalian. Diharapkan pasca pembelian kegiatan logistik seperti pengiriman, pelacakan, jasa kembali berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan.

H2 : Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

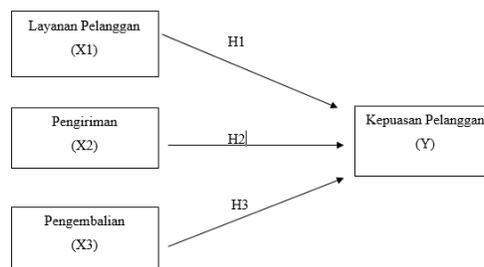
Pengaruh pengembalian terhadap kepuasan pelanggan

Penelitian ini dilakukan oleh (Cao et al., 2018) pengembalian lebih penting untuk konsumen di Taiwan dan pada akhirnya memiliki peran positif yang kuat terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan di negara China. Selain itu, dengan pengecualian hubungan pengembalian dengan kepuasan pelanggan untuk China dengan hubungan layanan pelanggan dengan kepuasan pelanggan di Taiwan, semua jalur statistik signifikan pada tingkat 0,05 dan berada di arah yang di harapkan..

H3 : Pengembalian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Rerangka Konseptual

Berdasarkan pemaparan kajian pustaka dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun rerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Rerangka Konseptual

Hipotesis

Hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Layanan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H2 : Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H3 : Pengembalian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

METODE

Waktu dan Tempat Penelitian

Proses awal penelitian ini dengan melakukan kegiatan mengidentifikasi permasalahan ditempat yang akan digunakan sebagai lokasi penelitian, perumusan masalah yang teridentifikasi, pengumpulan dasar teori yang memperkuat landasan variabel, penyusunan metode dalam pengumpulan data, penyusunan instrument, hingga penentuan teknik pengujian statistik yang dipergunakan. Pada proses ini dibutuhkan waktu penelitian mulai dari bulan September hingga bulan Oktober 2019 sampai dengan bulan Juli 2020.

Desain Penelitian

Dalam penyusunan peneliti menggunakan metode analisis kausal. analisis kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Yang artinya penelitian yang dilakukan untuk mengetahui tentang pengaruh satu atau lebih variabel bebas (variabel independen) terhadap variabel terikat (variabel dependen). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel dependen yang dipengaruhi atau yang menjadi akibatnya variabel bebas (Sugiyono, 2017).

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa J&T Express lebih dari sekali di Cabang Kota Tangerang.

Sampel

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017). Penetapan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis metode sampel jenuh. Dalam penelitian ini, penentuan jumlah sampel dilakukan berdasarkan teori Hair et al. (2014) yang menyatakan bahwa ukuran sampel pada analisis SEM bergantung pada jumlah parameter yang di estimasi di mana sampel didapat dari 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi. Berdasarkan penjelasan tersebut maka penulis menetapkan jumlah sampel sebagai berikut Rumus Hair et al. :

Jumlah sampel = $10 \times n$ (parameter yang diestimasi)

Jumlah sampel = $5 \times 25 = 125$

Jadi, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 125 responden.

Cara Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data primer. Menurut Sugiyono (2017) data primer adalah data sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Seperti data yang diperoleh, diamati, dan dicatat langsung oleh peneliti langsung dari perusahaan yang menjadi objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini merupakan data kuesioner dan wawancara dari konsumen J&T Express mengenai pengaruh layanan pelanggan, pengiriman dan pengembalian terhadap kepuasan pelanggan.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data berupa daftar pertanyaan/ Pernyataan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang nantinya responden akan mencatat jawaban tersebut, biasanya dalam beberapa alternatif yang didefinisikan dengan jelas (Sekaran & Bougie, 2017).

Kuesioner secara umum didesain untuk mengumpulkan banyak data kuantitatif. Kuesioner dibuat menggunakan alat berupa google form yang nantinya akan disebarakan kepada seluruh responden yang pernah menggunakan jasa J&T Express.

Instrumen Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017) instrument pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan instrument pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Analisis Partial Least Square (PLS)

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Component atau Variance Based Structural Equation Model dimana dalam pengolahan datanya menggunakan program Partial Least Square (Smart-PLS) versi 3.2.8 PLS. PLS (Partial Least Square) adalah model alternative dari covariance based SEM. PLS dapat digunakan untuk menkonfirmasi teori, selain itu dapat digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten. Seperti dinyatakan oleh Ghozali (2014) PLS (Partial Least Square) merupakan metode analisis yang powerfull oleh karena tidak didasarkan banyak asumsi, data tidak harus berdistribusi normal, dan sampel tidak harus besar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Wisata Tangkeban

Untuk mengetahui tentang obyek penelitian secara mendalam, berikut ini penulis akan menjelaskan tentang objek yang diteliti yaitu J&T Express Cabang Kota Tangerang. J&T Express adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ekspedisi jasa. Dengan menggabungkan kekuatan infrastruktur global, J&T Express menegaskan keahlian sebagai perusahaan logistik untuk berbagai jenis pengiriman semua industri, bahkan menyediakan gudang dan jumlah jasa logistik untuk berbagai kelompok pelanggan. Sejalan dengan meningkatnya arus perdagangan global (ekspor impor) ekonomi regional dan domestik, potensi pasar industri. Bukan hanya itu saja pihak J&T Express juga menyediakan layanan pelanggan, pengembalian barang, serta bertanggung jawab penuh dalam hal pengiriman. Kualitas dari pelayanan jasa pengiriman barang yang diberikan sangat erat kaitannya dengan kepuasan yang dirasakan pelanggan. Semakin baik kualitas jasa pelayanan pengiriman barang maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pelanggan. Tingginya kepuasan yang dirasakan pelanggan akan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Saat ini banyak muncul industri-industri yang menawarkan sarana komunikasi salah satunya di fasilitasi oleh industri jasa pengiriman didalam negeri beberapa tahun ini berkembang cukup pesat. Untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang,

saat ini banyak perusahaan jasa pengiriman barang yang terus berkembang dan bersaing untuk merebut pasar. Salah satunya J&T Express, jasa pengiriman juga sangat berpengaruh penting dalam pertumbuhan perdagangan didalam maupun luar negeri.

Karakteristik Responden

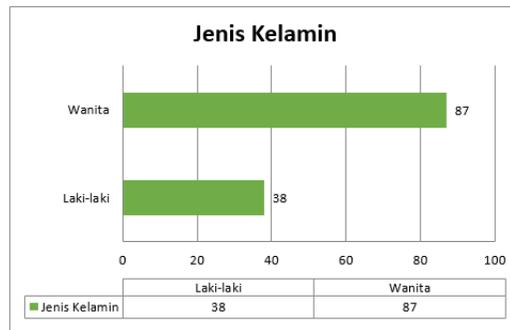
Sampel adalah pelanggan J&T Express Cabang Kota Tangerang. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2019 sampai dengan bulan Juli 2020 dengan mendistribusikan sebanyak 125 responden. Sebagai analisis awal, akan terlebih dahulu dilakukan tinjauan mengenai karakteristik responden diperoleh dari kuesioner yang telah di isi oleh responden di dapat data idenditas responden. Penyajian data mengenai karakteristik responden disajikan sebagai berikut :

Karakteristik responden pada penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan pengeluaran.

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



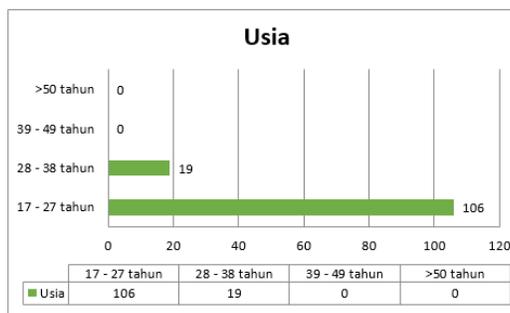
Sumber: Survey Monkey (2020)

Berdasarkan hasil tabel 4.1 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 38 responden atau sebesar 39,42% dan jumlah responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 87 responden atau sebesar 60,58%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan. Hal ini sangat wajar terjadi karena mayoritas perempuan yang suka berbelanja online memakai jasa ekspedisi barang untuk memenuhi segala kebutuhannya dibandingkan dengan laki-laki yang sangat minoritas untuk melakukan berbelanja online.

Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



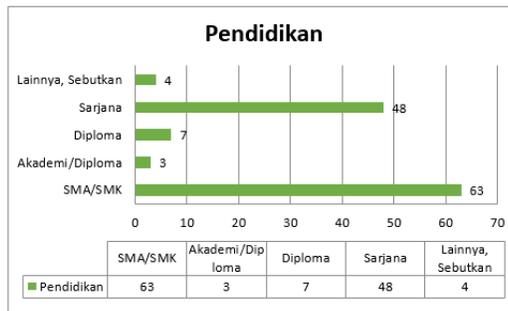
Sumber: Survey Monkey (2020)

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa responden yang berusia 17-27 tahun sebanyak 106 (85,04%) orang dan responden yang berusia 28-38 tahun sebanyak 19 (14,96%) orang dan responden yang berusia 39-49 tahun tidak ada dan responden yang berusia >50 tahun juga tidak ada. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini berusia 17-27 tahun. Hal ini sangat wajar karena remaja usia saat itu sangat gemar berbelanja online dan melakukan pengiriman barang yang memang sangat mudah dengan menggunakan ekspedisi jasa.

Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada Tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan



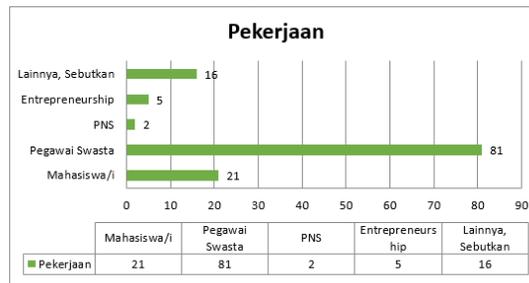
Sumber: Survey Monkey (2020)

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden yang berpendidikan SMA/SMK sebanyak 63 (50,0%) responden, responden yang berpendidikan D1/D2/D3 sebanyak 10 (8,73%) responden, responden yang berpendidikan S1 sebanyak 48 (38,10%) responden, responden yang berpendidikan lainnya sebanyak 4 (3,17%) responden. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini berpendidikan terakhir SMA/SMK. Hal ini terjadi karena yang berpendidikan terakhir SMA/SMK lebih banyak mempunyai waktu luang untuk berbelanja online dan menggunakan pengiriman dengan ekspedisi jasa.

Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



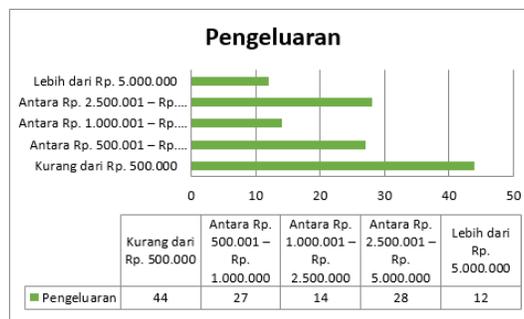
Sumber: Survey Monkey (2020)

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden yang pekerjaannya sebagai Mahasiswa/i sebanyak 21 (16,54%) responden, responden yang pekerjaannya sebagai Pegawai Swasta sebanyak 81 (65,35%) responden, responden yang pekerjaannya sebagai PNS sebanyak 2 (1,57%) responden, responden yang pekerjaannya sebagai Entrepreneurship sebanyak 5 (3,94%) responden, dan responden yang pekerjaannya sebagai Lainnya sebanyak 16 (12,60%) responden. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini pekerjaannya sebagai pegawai swasta. Hal ini terjadi karena pegawai swasta sangat menyukai dan memiliki banyak waktu luang untuk berbelanja online menggunakan pengiriman barang dengan ekspedisi jasa

Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran

Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran dapat dilihat pada Tabel 4.5 di bawah ini:

Tabel 6.Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran



Sumber: Survey Monkey (2020)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebanyak 44 responden memiliki pengeluaran sebesar < Rp. 500.000/bulan, sebanyak 27 responden memiliki pengeluaran sebesar > Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000/bulan, sebanyak 14 responden memiliki pengeluaran sebesar > Rp. 1.000.001 - Rp. 2.500.000/bulan, sebanyak 28 responden memiliki pengeluaran sebesar > Rp. 2.500.001 jt - Rp. 5.000.000/bulan, dan sebanyak 12 responden memiliki pengeluaran sebesar < Rp. 5.000.000/bulan. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini pengeluaran rata-ratanya adalah < Rp. 500.000/bulan. Hal ini sangat wajar karena untuk pengeluaran ekspedisi jasa saja perbulannya palingan rendah di kisaran < Rp. 500.000 di banding pengeluaran kebutuhan pokok atau kebutuhan lainnya.

Hasil Pengujian Discriminant Validity

Pengujian discriminant validity yaitu indikator reflektif dapat dilihat pada cross loading antara indikator dengan konstruknya. Suatu indikator dapat dinyatakan valid apabila mempunyai loading factor tertinggi kepada konstruk yang dituju dibandingkan dengan loading factor kepada konstruk lain, dengan demikian konstruk laten memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan di blok lain.

Tabel 7. Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loading)

Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>				
Indikator	Layanan Pelanggan	Pengiriman	Pengembalian	Kepuasan Pelanggan
CS1	0.836	0.599	0.449	0.757
CS2	0.790	0.415	0.494	0.530
CS3	0.802	0.467	0.498	0.477
CS4	0.806	0.592	0.561	0.574
S1	0.545	0.875	0.465	0.641
S2	0.431	0.832	0.384	0.619
S5	0.594	0.770	0.599	0.653
R1	0.497	0.518	0.868	0.516
R2	0.561	0.522	0.884	0.525
R3	0.562	0.545	0.905	0.608
R4	0.491	0.433	0.796	0.453
SC1	0.688	0.605	0.520	0.885
SC2	0.694	0.626	0.562	0.861
SC3	0.619	0.752	0.580	0.877
SC4	0.583	0.674	0.443	0.823

Sumber : Output PLS 3.0 (2020)

Metode lain, untuk melihat discriminant validity adalah melihat nilai square root average extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai discriminant validity yang baik. Menilai validitas dari suatu konstruk dengan melihat AVE, dipersyaratkan model yang baik jika AVE masing-masing konstruk nilainya lebih besar dari 0,5 (>0,5).

Tabel 8. Hasil Pengujian Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE
Layanan Pelanggan (X1)	0.654
Pengiriman (X2)	0.684
Pengembalian (X3)	0.747
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.743

Sumber : Output PLS 3.0 (2020)

Pada Tabel 8 dapat dilihat bahwa nilai konstruk untuk semua variabel yaitu Layanan Pelanggan, Pengiriman, Pengembalian dan Kepuasan Pelanggan sudah diatas 0,5 dimana diketahui bahwa nilai Average Variance Extracted (AVE) tidak kurang dari atau lebih dari 0,50. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada lagi masalah dalam uji convergent validity sehingga dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

Tabel 9. Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterium)

Variabel	Layanan Pelanggan	Pengiriman	Pengembalian	Kepuasan Pelanggan
Layanan Pelanggan	0.809			
Pengiriman	0.636	0.827		
Pengembalian	0.612	0.587	0.864	
Kepuasan Pelanggan	0.744	0.773	0.613	0.826

Sumber: Output PLS (2020)

Berdasarkan Tabel 4.14 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai Fornell Lacker Criterium untuk setiap konstruk lebih besar dari pada korelasi antara konstruk yang satu dengan konstruk yang

lainnya dalam model, dari nilai Fornell Lacker Criterium tersebut, maka konstruk dalam model yang diestimasi memenuhi kriteria discriminant validity.

Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbachs Alpha

Pada pengujian composite reliability apabila seluruh nilai variabel laten memiliki nilai composite reliability maupun cronbach's alpha $>0,7$ hal itu berarti bahwa konstruk memiliki reliability yang baik atau kuesioner yang digunakan sebagai alat dalam penelitian ini terhandal atau konsisten (Ghozali,2014). Hasil uji reliability dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 10. Uji Reliabilitas (Composite Reliability)

Variabel	Composite Reliability	Keterangan
Layanan Pelanggan	0.883	Reliabel
Pengiriman	0.886	Reliabel
Pengembalian	0.922	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.920	Reliabel

Sumber: Output PLS (2020)

Berdasarkan Tabel diatas hasil pengujian Composite Reliability menunjukkan nilai yang memuaskan, seluruh variabel laten memiliki nilai composite reliability lebih 0,7, dari hasil di atas dapat dilihat bahwa nilai composite reliability memenuhi kriteria.

Tabel 11. Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha)

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Layanan Pelanggan	0.827	Reliabel
Pengiriman	0.767	Reliabel
Pengembalian	0.877	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.884	Reliabel

Sumber: Output PLS (2020)

Berdasarkan Tabel 11 menunjukkan hasil pengujian cronbach's alpha menunjukkan nilai yang memuaskan, seluruh variabel laten memiliki nilai cronbach's alpha lebih dari 0,7 dari hasil diatas dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alpha memenuhi kriteria.

Pengujian Model Structural / Uji Hipotesis (Inner Model)

Pengujian inner model adalah pengembangan model berbasis konsep dan teori dalam rangka menganalisis hubungan antara variabel eksogen dan endogen telah dijabarkan dalam kerangka konseptual. Tahapan pengujian terhadap (inner model, dilakukan dengan langkah-langkah berikut ini :

Uji yang kedua dapat dilihat dari R untuk variabel laten endogen sebesar 0,67, 0,33 dan 0,19 dalam model struktural mengindikasikan bahwa model tersebut "baik", "moderat" dan "lemah". Berikut ini adalah tabel R-Square:

Tabel 12. Uji R-Square (Inner model)

Variabel	R-Square
Kepuasan Pelanggan	0,710

Sumber: Output PLS (2020)

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat diketahui bahwa R-Square variabel Kepuasan Pelanggan adalah 0,710 yang artinya bahwa variabel Layanan Pelanggan, Pengiriman dan Pengembalian mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 71,0% sedangkan 29,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

Goodness of Fit Model (GoF)

Goodness of Fit Model (Gof) menggambarkan tingkat kesesuaian model secara keseluruhan yang dihitung dari residual kuadrat dari model yang diprediksi dibandingkan dengan data yang sebenarnya di perkenalkan Tenenhaus et al (2004). Pengujian Goodness of Fit Model struktural pada inner model menggunakan nilai predictive relevance (Q^2). Nilai Q-square lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model mempunyai nilai predictive relevance. Nilai R-square (R^2) tiap-tiap variabel endogen dalam penelitian ini dapat dilihat pada perhitungan berikut ini :

Nilai predictive relevance diperoleh dengan rumus :

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1)(1 - R_p)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0.710)$$

$$Q^2 = 1 - (0.29)$$

$$Q^2 = 0.710$$

Hasil perhitungan diatas memperlihatkan nilai predictive relevance sebesar $0,710 > 0$ yang artinya model dikatakan layak untuk memiliki nilai prediktif yang relevan.

Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)

Nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus signifikan. Nilai signifikan ini dapat diperoleh dengan prosedur bootstrapping. Melihat signifikan pada hipotesis dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikan T- statistic harus lebih 1,96 (Ghazali, 2014). Untuk melihat signifikansi atau tidak signifikan dilihat dari T-tabel pada alpha 0,05 (5%) = 1,96, kemudian T-tabel dibandingkan oleh T-hitung (T-statistik). Dibawah ini merupakan hasil uji hipotesis dengan path coefficients dan bootstrapping pada penelitian ini :

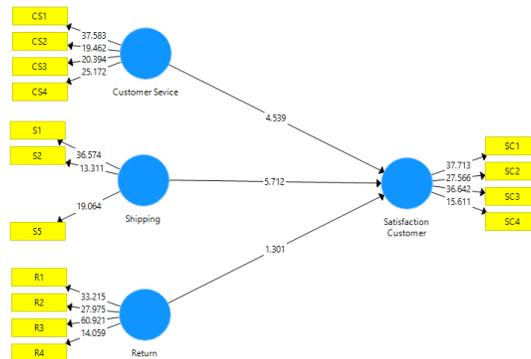
Tabel 13. Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	Keterangan
Layanan Pelanggan -> Kepuasan Pelanggan	0.382	4.539	Positif - Signifikan
Pengiriman -> Kepuasan Pelanggan	0.469	5.712	Positif - Signifikan
Pengembalian -> kepuasan Pelanggan	0.104	1.301	Positif- Tidak Signifikan

Sumber: Output PLS (2020)

Berdasarkan Tabel 13 diatas menunjukkan hasil bahwa layanan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 4.539 lebih besar dari t-tabel 1,96 dengan tingkat kesalahan 0,05 (5%), nilai original sampel adalah positif sebesar 0,382 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara keterjangkauan layanan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan adalah positif, variabel pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 5,712 lebih besar dari t-tabel 1,96 dengan tingkat kesalahan 0,05 (5%), nilai original sampel adalah positif yaitu sebesar 0,469 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara pengiriman terhadap kepuasan pelanggan adalah positif. Sedangkan variabel

pengembalian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini di lihat dari t-hitung sebesar 1,301 lebih kecil dari t-tabel sebesar 1,96 dengan tingkat kesalahan 0,05 (5%).



Gambar 2. Hasil Uji Hipotesis

Sumber: Output PLS (2020)

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis menggunakan PLS (Partial Least Square) maka selanjutnya peneliti akan melakukan pembahasan mengenai analisis yang telah dilakukan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Layanan Pelanggan, Pengiriman dan Pengembalian terhadap Kepuasan Pelanggan pada J&T Express Cabang Kota Tangerang. Untuk mengetahui pengaruhnya maka dilakukan pengujian hipotesis sehingga dapat diketahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya.

Pengaruh Layanan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji hipotesis pada penelitian ini layanan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 4.539 lebih besar dari t-tabel 1,96 dengan tingkat kesalahan 0,05 (5%), nilai original sampel adalah positif sebesar 0,382 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara keterjangkauan layanan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan adalah positif. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian (Cao et al., 2018) yang menyatakan memisahkan kegiatan logistik (pengembalian, pengiriman, dan pelacakan) dari kegiatan layanan pelanggan lainnya termasuk ketepatan layanan, kemudahan akses, dan kualitas interaksi. Persepsi kualitas layanan pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya memengaruhi niat beli kembali di masa depan menunjukkan hasil bahwa fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 5,712 lebih besar dari t-tabel 1,96 dengan tingkat kesalahan 0,05(5%), nilai original sampel adalah positif yaitu sebesar 0,469 yang menunjukkan bahwa arah hubungan antara pengiriman terhadap kepuasan pelanggan adalah positif. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian (Cao et al., 2018) menyatakan bahwa literatur terakhir telah menemukan pengiriman barang ke rumah pelanggan secara akurat mempengaruhi kepuasan pembeli. Karakteristik ini

termasuk pengiriman tepat waktu, setelah perbaikan layanan, ketersediaan garansi, dan kemampuan pengembalian.

P

engaruh Pengembalian terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan uji hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengembalian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini di lihat dari t-hitung sebesar 1,301 lebih kecil dari t-tabel sebesar 1,96 dengan tingkat kesalahan 0,05 (5%). Hasil penelitian ini memperkuat penelitian (Cao et al., 2018) menyatakan kebijakan pengembalian barang yang kurang dipahami oleh pelanggan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang didapatkan dalam penelitian “Pengaruh Layanan Pelanggan, Pengiriman dan Pengembalian terhadap Kepuasan Pelanggan pada J&T Express Cabang Kota Tangerang” yang telah diperoleh dari perhitungan Partial Least Square (PLS) adalah sebagai berikut :

Layanan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Cabang Kota Tangerang. Layanan pelanggan merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, dengan adanya layanan pelanggan membuat pelanggan mendapatkan pelayanan yang cepat dan nyaman, pelanggan mendapatkan penanganan yang baik dan menangani setiap permasalahan yang dimiliki pelanggan, serta menjadi nilai tambah bagi para pelanggan untuk menggunakan jasa ekspedisi barang J&T Express Cabang Kota Tangerang.

Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Cabang Kota Tangerang. Pengiriman merupakan faktor yang penting untuk menciptakan rasa percaya dan rasa aman setiap pelanggan melakukan pengiriman barang di J&T Express Cabang Kota Tangerang. Tentunya dengan ketepatan waktu pengiriman barang, pemberian biaya diskon pengiriman, serta fleksibilitas untuk memilih tanggal pengiriman merupakan nilai tambah untuk pelanggan J&T Express Cabang Kota Tangerang.

Pengembalian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Cabang Kota Tangerang. Pengembalian merupakan faktor yang penting sebagai tanggung jawab perusahaan terhadap pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kebijakan pengembalian barang yang jelas dan tepat, kemudahan transaksi pengembalian barang, serta tidak adanya biaya tambahan untuk pengembalian barang kepada pelanggan dapat memberikan kesan yang positif terhadap pelanggan J&T Express Cabang Kota Tangerang.

Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan diatas, maka saran yang dijadikan bahan pertimbangan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa layanan pelanggan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini mampu dijelaskan dalam penelitian yang menyebarkan langsung kepada para pelanggan J&T Express Cabang Kota Tangerang, namun perusahaan tetap harus berkomitmen untuk terus meningkatkan layanan pelanggan membuat pelanggan mendapatkan pelayanan yang cepat dan nyaman, pelanggan

mendapatkan penanganan yang baik dan menangani setiap permasalahan yang dimiliki pelanggan J&T Express Cabang Kota Tangerang. Pada hasil penelitian juga diperoleh bahwa karyawan atau pegawai perusahaan kurang memberikan pelayanan yang cepat untuk pelanggan, karena dalam uji statistik deskriptif dengan nilai terendah sebesar 1,952 dengan nilai standart deviasi sebesar 0,725, maka dari itu perusahaan harus memperbaiki kualitas kecepatan layanan pelanggan, sedangkan nilai tertinggi dari uji statistik deskriptif sebesar 2,264 dengan nilai standart deviasi sebesar 0,750 dengan pernyataan “J&T Express Cabang Kota Tangerang selalu bersedia untuk membantu menangani segala keluhan Saya”, berdasarkan dengan pernyataan tersebut perusahaan akan terus mempertahankan layanan pelanggan serta memberikan solusi untuk membantu menangani keluhan-keluhan pelanggan J&T Express Cabang Kota Tangerang.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa pengiriman mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini mampu dijelaskan dalam penelitian yang menyebarkan langsung kepada para pelanggan J&T Express Cabang Kota Tangerang, namun perusahaan tetap harus berkomitmen untuk terus meningkatkan kualitas pengiriman kepada pelanggan dengan ketepatan waktu yang diharapkan. Pada hasil penelitian juga diperoleh bahwa pihak perusahaan kurang maksimal dalam menangani pelacakan pengiriman barang, karena dalam uji statistik deskriptif dengan nilai terendah sebesar 1,864 dengan nilai standart deviasi sebesar 0,730, maka dari itu perusahaan harus memaksimalkan serta memperbaiki kualitas pelacakan pengiriman barang, sedangkan nilai tertinggi dari uji statistik deskriptif sebesar 2,784 dengan nilai standart deviasi sebesar 0,985 dengan pernyataan “J&T Express Cabang Kota Tangerang memberikan diskon biaya pengiriman untuk Saya”, berdasarkan dengan pernyataan tersebut perusahaan terus mempertahankan biaya diskon pengiriman kepada pelanggan agar pelanggan merasa puas memilih jasa pengiriman J&T Express Cabang Kota Tangerang

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa pengembalian mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini mampu dijelaskan dalam penelitian yang menyebarkan langsung kepada para pelanggan J&T Express Cabang Kota Tangerang. Pada hasil penelitian juga diperoleh bahwa pihak perusahaan kurang maksimal dalam menerapkan kebijakan pengembalian barang, karena dalam uji statistik deskriptif dengan nilai terendah sebesar 2,256 dengan nilai standart deviasi sebesar sebesar 0,747. Sedangkan nilai tertinggi dari uji statistik deskriptif sebesar 2,488 dengan nilai standart deviasi sebesar 0,816 dengan pernyataan dengan pernyataan “J&T Express Cabang Kota Tangerang memiliki prosedur tidak harus membayar biaya pengiriman kembali/restocking”, artinya perusahaan akan terus memaksimalkan prosedur untuk biaya pengiriman kembali (restocking) agar pelanggan merasa puas karena telah memahami prosedur pengembalian barang tentunya pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya pengiriman kembali.

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada peneliti – peneliti selanjutnya yang akan membuat penelitian layanan pelanggan, pengiriman dan pengembalian terhadap kepuasan pelanggan. Diharapkan juga agar peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan menggunakan variabel lain sehingga bisa mempertajam dan memperdalam kajian faktor pengaruh kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsan, K., & Rahman, S. (2016). An investigation into critical service determinants of customer to business (C2B) type product returns in retail firms. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 46(6/7), 606–633.
- Cao, Y., Ajjan, H., & Hong, P. (2018). Post-purchase shipping and customer service experiences in online shopping and their impact on customer satisfaction: an empirical study with comparison. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(2), 400–416.
- Fernandes, D. W., Moori, R. G., & Filho, V. A. V. (2018). Logistic service quality as a mediator between logistics capabilities and customer satisfaction. *Revista de Gestão*, 25(4), 358–372.
- Ghozali, Imam. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafizha, S., Abdurrahman, & Nuryani, H. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express (Studi Kasus pada Pelanggan J&T Express Cabang Kota Sumbawa Besar). *Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Haryono, Siswoyo. (2017). *Metode SEM untuk penelitian manajemen AMOS LISREL PLS*. Cetakan ke-1. Jakarta: Luxima Metro Media.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. USA: SAGE Publication, Inc.
- Hu, M., Huang, F., Hou, H., Chen, Y., & Bulysheva, L. (2016). Customized logistics service and online shoppers' satisfaction: an empirical study. *Internet Research*, 26(2), 484–497.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen pemasaran Jasa*, Edisi 3, Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Lin, Y., Luo, J., Cai, S., Ma, S., & Rong, K. (2016). Exploring the service quality in the e-commerce context: a triadic view. *Industrial Management & Data Systems*, 116(3), 388–415.
- Pandey, S., & Chawla, D. (2018). Online customer experience (OCE) in clothing e-retail: exploring OCE dimensions and their impact on satisfaction and loyalty—does gender matter? *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(3), 323–346.
- Pantouvakis, A., & Psomas, E. (2016). Exploring total quality management applications under uncertainty: A research agenda for the shipping industry. *Maritime Economics & Logistics*, 18(4), 496–512.
- Pellathy, D. A., In, J., Mollenkopf, D. A., & Stank, T. P. (2018). Middle-range theorizing on logistics customer service. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 48(1), 2–18.
- Pratiwi, U., & Maskan, M. (2019). Pengaruh Harga dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1), 21–24.
- Sakti, B. J., & Mahfudz, M. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada J&T Express Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 137–144.
- Subaebasni, S., Risnawaty, H., & Wicaksono, A. R. A. (2019). Effect of Brand Image, the Quality and Price on Customer Satisfaction and Implications for Customer Loyalty PT

- Strait Liner Express in Jakarta. *International Review of Management and Marketing*, 9(1), 90.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : ANDI
- Wijayanti, Abdullah, Saher, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. POS INDONESIA (PERSERO) (Studi Kasus Pada Kantor Cabang Tenggarong)*.
- Yang, C.-S., & Lirn, T.-C. (2017). Revisiting the resource-based view on logistics performance in the shipping industry. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 47(9), 884–905.
- Yuniarta, F., Barokah, I., & Wulandari, G. A. (2019). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 152–158.