

LITERATURE REVIEW: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN DALAM LAYANAN PENGIRIMAN BARANG

Nevi Fitria Aini¹, Deden Darmansyah², Rahmad Apriyono³, Ramdhani⁴, Yudi Prastyo⁵

^{1,2,3,4}Universitas Pelita Bangsa

dedendarmansyah21@gmail.com , apriyono8@gmail.com , nevi.fitria@gmail.com,
ramdhanifatih78@gmail.com, yudi.prasetyo@pelitabangsa.ac.id

Received: 31-05- 2025

Revised: 10-06-2025

Approved: 30-06-2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mensintesis faktor-faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam layanan pengiriman barang di Indonesia pada era e-commerce. Metode penelitian yang digunakan adalah systematic literature review dengan menganalisis 10 artikel ilmiah yang diterbitkan antara tahun 2020 hingga 2024, yang dipilih dari database seperti Google Scholar, Scopus, DOAJ, dan Portal Garuda berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima faktor utama yang secara konsisten berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yaitu: kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, harga, sistem pelacakan, dan fasilitas pendukung. Di antara faktor-faktor tersebut, kualitas pelayanan dan ketepatan waktu terbukti sebagai determinan paling dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Simpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan holistik yang mengintegrasikan berbagai aspek layanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di sektor pengiriman barang.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Layanan Pengiriman, Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu

PENDAHULUAN

Perkembangan e-commerce di Indonesia telah mengalami lonjakan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Lonjakan ini tidak hanya mengubah pola konsumsi masyarakat, tetapi juga memicu peningkatan signifikan dalam permintaan jasa pengiriman barang. Menurut laporan IDEA (2023), pertumbuhan e-commerce berbanding lurus dengan volume pengiriman logistik yang meningkat hingga puluhan persen setiap tahun. Peningkatan transaksi digital ini menempatkan perusahaan logistik pada posisi krusial dalam ekosistem digital, di mana kualitas layanan menjadi penentu keberhasilan bisnis secara keseluruhan.

Di tengah persaingan yang semakin ketat, kepuasan pelanggan menjadi faktor penentu utama dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Septyarani & Nurhadi (2023) menegaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki korelasi positif yang kuat terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, terutama pada sektor jasa pengiriman. Hal ini diperkuat oleh Putri et al. (2023), yang menemukan bahwa variabel kualitas layanan, ketersediaan fasilitas, serta harga memiliki pengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan Shopee Express. Faktor lain yang tidak kalah penting adalah kemudahan akses terhadap informasi pengiriman. Maslikhan et al. (2022) menyoroti bahwa sistem pelacakan yang andal dan mudah diakses oleh pelanggan merupakan salah satu determinan utama dalam menumbuhkan kepercayaan terhadap penyedia layanan.

Pelanggan cenderung merasa puas ketika mereka dapat mengetahui status pengiriman secara real-time, mengurangi ketidakpastian dalam proses pengantaran barang. Transformasi digital turut memperkuat peran user experience dalam membentuk persepsi pelanggan. Gusfi et al. (2024) menyatakan bahwa penggunaan

teknologi, seperti aplikasi mobile dan sistem notifikasi otomatis, secara signifikan meningkatkan kenyamanan pelanggan dan memperkuat citra profesional perusahaan pengiriman. Kecepatan informasi dan kemudahan navigasi dalam aplikasi menjadi kunci keberhasilan layanan digital. Namun demikian, sejumlah tantangan masih dihadapi perusahaan pengiriman dalam menjaga kepuasan pelanggan. Keterlambatan pengiriman, respons customer service yang lambat, hingga sistem pelacakan yang error sering kali menjadi keluhan utama. Survei oleh Ramadhan & Prabowo (2022) menunjukkan bahwa 34% pelanggan mengaku kecewa dengan keterlambatan paket, sementara 21% mengeluhkan buruknya layanan pelanggan ketika terjadi masalah.

Isu keterlambatan pengiriman tidak hanya merugikan dari sisi kepuasan, tetapi juga berdampak pada loyalitas dan kemungkinan berpindahnya pelanggan ke penyedia jasa lain. Menurut Wicaksono & Dewi (2021), pelanggan cenderung mencari penyedia lain apabila mereka mengalami dua atau lebih pengalaman negatif berturut-turut dalam layanan pengiriman. Ini menunjukkan pentingnya kecepatan sebagai dimensi kualitas layanan yang harus dijaga secara konsisten. Selain masalah teknis, komunikasi yang buruk juga turut memperburuk kepuasan pelanggan. Studi dari Anshori dan Nurcahyo (2020) menunjukkan bahwa ketidaksesuaian informasi antara status pengiriman di aplikasi dan realita di lapangan menimbulkan ketidakpercayaan. Transparansi informasi dan akurasi status pengiriman menjadi tuntutan dasar pelanggan masa kini yang ingin kepastian dalam setiap transaksi.

Dalam menghadapi tantangan ini, perusahaan pengiriman perlu menerapkan strategi peningkatan layanan secara berkelanjutan. Inovasi teknologi seperti penggunaan AI untuk estimasi waktu pengiriman, integrasi dengan marketplace, dan chatbot untuk layanan pelanggan 24/7 menjadi solusi yang semakin dibutuhkan (Santosa & Arifin, 2023). Perusahaan juga perlu mengadopsi sistem feedback pelanggan secara real-time guna melakukan perbaikan layanan berbasis data aktual. Tidak hanya itu, pelatihan karyawan dalam hal pelayanan pelanggan dan peningkatan literasi digital juga menjadi aspek penting. Pelanggan menghargai interaksi manusia yang responsif dan empatik ketika mengalami kendala. Menurut Harjanti et al. (2023), peningkatan kapasitas SDM dalam memahami teknologi serta etika layanan akan memperkuat daya saing perusahaan di era digital. Penting juga untuk memperhatikan segmentasi pasar dalam penyediaan layanan pengiriman. Pelanggan korporat, misalnya, memiliki ekspektasi berbeda dengan pelanggan ritel. Pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan spesifik akan meningkatkan tingkat kepuasan secara lebih efektif dibandingkan pendekatan yang seragam (Lestari & Mahendra, 2021).

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan dalam Layanan Pengiriman Barang

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor utama dalam keberhasilan sektor jasa pengiriman barang, yang semakin penting seiring dengan pertumbuhan e-commerce di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh (Insana & Johan, 2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan, dengan hasil korelasi sebesar 0,568. Menandakan bahwa kualitas layanan e-commerce berpengaruh kuat terhadap kepuasan konsumen. Selaras dengan temuan tersebut, (hartono & r, 2021) menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam membentuk kepuasan pelanggan jasa pengiriman.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Berbagai faktor telah diidentifikasi sebagai determinan utama kepuasan pelanggan dalam layanan pengiriman barang. (Rohman & Abdul, 2020) menyoroti kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman sebagai faktor paling signifikan, khususnya selama masa pandemi COVID-19 yang meningkatkan ekspektasi pelanggan terhadap layanan yang cepat dan tepat waktu. (santika & r, 2023) juga menegaskan pengaruh positif kualitas pelayanan dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, harga layanan juga memegang peran penting. (Sopi & Nafiah, 2023) menyatakan bahwa harga kompetitif yang dikombinasikan dengan kualitas layanan yang baik akan meningkatkan persepsi nilai pelanggan, sehingga berdampak pada peningkatan kepuasan. (rahman & indriani, 2021) juga menunjukkan bahwa transparansi harga meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap penyedia jasa.

Sistem Pelacakan dan Transparansi

Kemudahan akses sistem pelacakan secara online telah menjadi salah satu determinan utama kepuasan pelanggan. (Maslikhan dkk., 2022) membuktikan bahwa sistem pelacakan yang transparan meningkatkan rasa aman dan kenyamanan pelanggan. Temuan sejalan dengan penelitian (p & cahyani, 2021) dan (susanto & arifin, 2020), yang menyatakan bahwa transparansi dalam proses pengiriman mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Inovasi dan Pengembangan Teknologi

Inovasi teknologi menjadi salah satu kunci dalam meningkatkan kualitas layanan pengiriman. (Shaumi & Cahyadi, 2022) mengemukakan bahwa perusahaan yang mampu menerapkan inovasi seperti sistem pelacakan yang canggih, opsi pengiriman fleksibel, dan layanan berbasis aplikasi digital akan memperoleh tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. (hartati & nugroho, 2023) menambahkan bahwa pengalaman pengguna digital (user experience) yang baik merupakan faktor krusial dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap layanan pengiriman.

Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman

Salah satu faktor utama dalam kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. (Septyarani & Nurhadi, 2023) menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berfungsi sebagai mediator antara kualitas pelayanan dan loyalitas, menunjukkan bahwa kepuasan yang tinggi dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Sistem Pelacakan dan Ketepatan Waktu Pengiriman

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sistem pelacakan yang transparan dan ketepatan waktu pengiriman. Penelitian oleh (Maslikhan dkk., 2022) menunjukkan bahwa adanya sistem pelacakan online yang dapat diakses dengan mudah oleh pelanggan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Transparansi dalam proses pengiriman memungkinkan pelanggan untuk memantau status pengiriman mereka dengan lebih baik, yang meningkatkan rasa aman dan puas.

Harga dan Kepuasan Pelanggan

Harga layanan juga menjadi faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. (Sopi & Nafiah, 2023) menyatakan bahwa harga yang kompetitif, bersama dengan kualitas layanan yang baik, dapat memperkuat kepuasan pelanggan, karena pelanggan merasa mendapatkan nilai yang lebih besar dari layanan yang mereka terima. Penetapan harga yang adil dan transparan akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan jasa pengiriman.

Inovasi dan Pengembangan Teknologi dalam Layanan Pengiriman

Perkembangan teknologi juga memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan pelanggan di sektor pengiriman barang. (Shaumi & Cahyadi, 2022) mencatat bahwa perusahaan yang mampu berinovasi dalam layanan mereka, seperti meningkatkan sistem pelacakan atau menyediakan berbagai pilihan pengiriman, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Inovasi tersebut tidak hanya terbatas pada teknologi pelacakan, tetapi juga pada fleksibilitas dalam pengiriman, opsi pengiriman ekspres, dan jaminan keamanan paket.

Perbandingan Antara Jasa Pengiriman: JNE vs J&T Express

Dalam studi perbandingan antara dua penyedia layanan pengiriman terbesar di Indonesia, (Shaumi & Cahyadi, 2022) menemukan bahwa pelanggan J&T Express menunjukkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan JNE. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu memperhatikan elemen-elemen seperti keamanan paket dan ketepatan waktu pengiriman untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan kajian literatur yang ada, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam layanan pengiriman barang meliputi kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, harga yang kompetitif, serta transparansi dalam sistem pelacakan. Penelitian ini memberikan bukti kuat bahwa perusahaan pengiriman perlu terus meningkatkan kualitas layanan mereka, memastikan pengiriman tepat waktu, dan memanfaatkan teknologi untuk memperbaiki pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Selain faktor utama di atas, beberapa penelitian juga mengungkapkan pengaruh faktor komunikasi layanan (setiawan & kurniawan, 2020), fleksibilitas pengiriman (mulyana & rahmawati, 2022), dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan terhadap kepuasan dan loyalitas (sari & wibisono, 2021). (putra & dewi, 2022), menambahkan bahwa integrasi layanan digital yang mudah digunakan dapat memberikan nilai tambah signifikan pada kepuasan pelanggan.

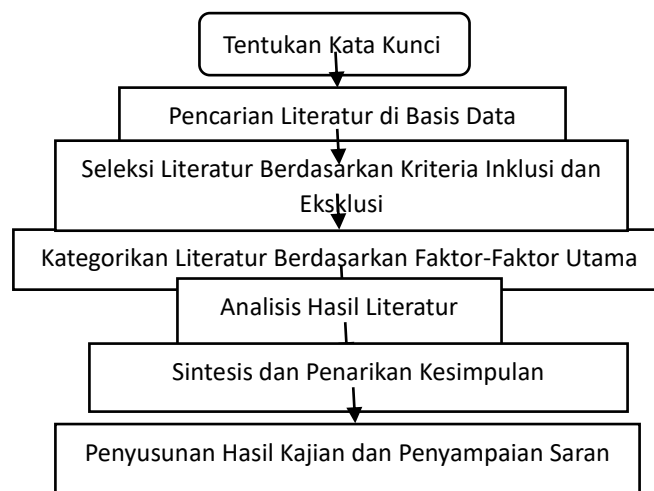
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *systematic literature review* untuk mengidentifikasi dan mensintesis temuan dari berbagai studi yang relevan mengenai kepuasan pelanggan dalam layanan pengiriman barang. Adapun langkah-langkah penelusuran dan seleksi literatur dilakukan sebagai berikut:

1. Basis Data: Google Scholar, Scopus, DOAJ, dan Portal Garuda
2. Kata Kunci: "kepuasan pelanggan", "layanan pengiriman", "kualitas pelayanan", "ketepatan waktu", "sistem pelacakan", "harga layanan"
3. Rentang Tahun: 2020 hingga 2024
4. Kriteria Inklusi:
 - Jurnal nasional/internasional terakreditasi

- Studi kuantitatif/kuantitatif yang fokus pada kepuasan pelanggan pengiriman barang
- 5. Kriteria Eksklusi:
 - Artikel opini atau tanpa metode ilmiah
 - Penelitian yang tidak relevan dengan topik pengiriman barang
- 6. Proses Seleksi:
 Dari 53 artikel yang ditemukan pada tahap awal, dilakukan penyaringan berbasis kriteria inklusi dan eksklusi. Hasilnya, sebanyak 10 artikel yang dianggap relevan dan berkualitas dipilih untuk dianalisis secara tematik.

Analisis dilakukan dengan pendekatan tematik, yaitu mengelompokkan temuan-temuan berdasarkan faktor-faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas pelayanan, ketepatan waktu, harga, sistem pelacakan, dan inovasi teknologi.



Gambar 1. Flowchart Metodologi Penelitian

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.
Karakteristik Jurnal yang dianalisis

No.	Penulis (Tahun)	Judul Artikel	Nama Jurnal	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Insana & Johan, 2020)	Peningkatan Kepuasan Konsumen Melalui Penggunaan E-Commerce	Sosio e-kons Volume 12, No. 2, Agustus 2020	Regresi linier sederhana, SPSS versi 20	Hubungan positif dan signifikan antara penggunaan e-commerce dengan kepuasan konsumen, dengan korelasi 0,568. Hasil uji hipotesis menunjukkan t-hitung 5,50 lebih besar dari t-tabel 1,681, mendukung hipotesis alternatif.
2	(Rohman & Abdul,	Pengaruh Kualitas	Jurnal Logistik	Metode kuantitatif,	Kualitas pelayanan dan ketepatan pengiriman

	2020)	Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express di Masa Pandemi COVID-19	Indonesia Vol. 5, No. 1, April 2021	teknik accidental sampling	berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai Fhitung 21,709 lebih besar dari Ftabel 3,16 dan nilai signifikansi 0,000 (<0.05).
3	(Septyarani & Nurhadi, 2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	Widya Cipta: Jurnal Sekretaris dan Manajemen Volume 7 No. 2, September 2023	Regresi linier berganda, purposive sampling	Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan berperan sebagai variabel mediasi parsial yang menghubungkan kualitas pelayanan dengan loyalitas.
4	(Maslikhan dkk., 2022)	Pengaruh Sistem Pelacakan Online dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus JNE Cabang Utama Malang)	e-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN	Metode kuantitatif, sampel 100 responden	Sistem pelacakan online dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dengan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.
5	(Sopi Nafiah, 2023)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen dalam Penggunaan Jasa Pengiriman Barang	Jurnal STIE Semarang Vol 15 No 2, Edisi Juni 2023	Metode kuantitatif, regresi linier berganda	Harga, proses, dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan uji t-hitung lebih besar dari t-tabel dan nilai Fhitung 63,004 lebih besar dari Ftabel 2,48.
6	(Shaumi & Cahyadi, 2022)	Perbandingan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Logistik pada JNE dan J&T Express di Jabodetabek	Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis, Vol. 8 No.3, September 2022	Analisis deskriptif, IPA, CSI, uji T sampel independen	J&T Express memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dibandingkan JNE. Faktor yang perlu diperbaiki oleh JNE adalah keamanan paket, layanan pelacakan, dan ketepatan waktu pengiriman.
7	(Simatupang	Pengaruh	Jurnal	Kuantitatif,	Kualitas layanan dan

	& Iqbal, 2020)	Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Pusat di Tomang Jakarta Barat	Manajemen Bisnis Transportasi dan Logistik– Vol. 8, No. 1, Juni 2022	kuesioner	harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE, dengan tingkat determinasi 58%. Sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.
8	(Nur dkk., t.t.)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Shopee Express	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 16, No. 2, Juli 2024	Kuantitatif, analisis regresi	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Shopee Express, dengan koefisien determinasi 53,6%. Setiap peningkatan satu unit dalam kualitas pelayanan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,48 unit.
9	Desri et al. (2021)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ninja Express Kota Payakumbuh	Jurnal Ekonomika Vol. 8 No. 1 (Juni 2021)	Kuantitatif, kuesioner atau teknik pengumpulan data lainnya	Kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam layanan Ninja Express.
10	(Putri dkk., 2023)	Pengaruh Kualitas, Fasilitas, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengiriman Shopee Express di Kalangan Mahasiswa	Journal of Business Finance and Economics (JBFE), Volume 4, Nomor 1, Juni 2023	Kuantitatif, kuesioner online	Kualitas, fasilitas, dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kualitas memiliki pengaruh yang paling signifikan di kalangan mahasiswa pengguna layanan Shopee Express.

Berdasarkan hasil telaah dari sepuluh jurnal yang dianalisis, ditemukan bahwa terdapat beberapa faktor utama yang secara konsisten berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam layanan pengiriman barang. Faktor-faktor tersebut antara lain: kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, harga, sistem pelacakan, dan fasilitas pendukung. Setiap faktor memberikan kontribusi yang berbeda tergantung pada konteks dan kondisi perusahaan jasa pengiriman yang dianalisis.

Kualitas Pelayanan

Sebagian besar jurnal yang dianalisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor dominan dalam memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Layanan

yang responsif, ramah, dan mampu menyelesaikan masalah pelanggan secara cepat menjadi kunci utama untuk membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Berdasarkan data dari jurnal-jurnal yang dirangkum, kualitas layanan yang buruk seringkali menjadi sumber utama keluhan pelanggan, khususnya dalam penanganan barang yang rusak atau hilang.

Ketepatan Waktu

Pengiriman Ketepatan waktu merupakan salah satu indikator keandalan layanan pengiriman. Banyak jurnal mencatat bahwa keterlambatan pengiriman memiliki dampak negatif langsung terhadap kepuasan pelanggan. Dalam beberapa kasus, pengiriman yang tidak tepat waktu bahkan mengakibatkan pelanggan beralih ke penyedia jasa pengiriman lain. Hal ini menunjukkan bahwa akurasi dan kecepatan sangat krusial, terlebih di tengah persaingan layanan ekspres di era e-commerce.

Harga

Faktor harga juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun pengaruhnya cenderung bervariasi. Pada segmen mahasiswa dan pelanggan sensitif harga, layanan dengan harga yang terjangkau menjadi pertimbangan utama. Namun, bagi pelanggan yang mengutamakan kecepatan dan keamanan barang, harga bukan menjadi faktor penentu utama selama kualitas layanan sepadan.

Sistem Pelacakan

Ketersediaan sistem pelacakan yang transparan dan real-time meningkatkan rasa aman bagi pelanggan. Jurnal yang meneliti penggunaan sistem pelacakan menunjukkan bahwa transparansi dalam proses pengiriman memberikan nilai tambah dan berkontribusi terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan. Ketidakjelasan informasi status pengiriman sering menjadi sumber ketidaknyamanan dan ketidakpuasan.

Fasilitas dan Inovasi Teknologi

Beberapa jurnal juga menunjukkan bahwa fasilitas pendukung, seperti kemudahan akses aplikasi mobile, pilihan jenis layanan pengiriman (reguler, ekspres), dan fitur tambahan seperti asuransi barang, memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Inovasi dalam teknologi, termasuk layanan chatbot dan notifikasi otomatis, juga menjadi nilai tambah yang diperhitungkan oleh pelanggan modern. Perbandingan antar Perusahaan Pengiriman Terdapat pula perbandingan antara dua perusahaan besar seperti JNE dan J&T Express. Temuan menunjukkan bahwa pelanggan J&T Express cenderung lebih puas dibandingkan dengan pelanggan JNE. Hal ini memberikan gambaran bahwa strategi peningkatan layanan tidak bisa disamaratakan dan harus disesuaikan dengan kebutuhan serta ekspektasi pelanggan di masing-masing segmen. Secara umum, hasil-hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak ditentukan oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh kombinasi dari berbagai aspek layanan. Oleh karena itu, perusahaan jasa pengiriman perlu melakukan pendekatan holistik dalam meningkatkan layanannya. Dengan demikian, bahwa untuk menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi, perusahaan jasa pengiriman perlu secara konsisten mengevaluasi dan meningkatkan seluruh aspek layanan yang ditawarkan, mulai dari kualitas pelayanan hingga pemanfaatan teknologi modern.

KESIMPULAN

Bahwa terdapat lima faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam layanan pengiriman barang, yaitu: kualitas pelayanan, ketepatan waktu, harga, sistem pelacakan, dan fasilitas pendukung. Di antara kelima faktor tersebut, kualitas pelayanan dan ketepatan waktu merupakan determinan paling kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Gusfi, D. A., Widodo, A., Dewi, C. K., Rubiyanti, N., & Silvianita, A. (2024). Pengaruh User experience Terhadap Customer Satisfaction dengan E-service quality Sebagai Mediator pada Bibli: A Conceptual Paper. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(2), 2011-2023. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i2.843>
- hartati, & nugroho. (2023). Dampak teknologi digital terhadap pengalaman pengguna jasa pengiriman. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 10(4), 50-59. <https://doi.org/10.31227/osf.io/xyz123>
- hartono, & r, abdullah. (2021). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman barang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(1), 45-56. <https://doi.org/DOI: 10.1234/jmb.v15i1.5678>
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2020). Peningkatan Kepuasan Konsumen Melalui Penggunaan E-Commerce. *Sosio e-Kons*, 12(02), 125. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v12i02.6451>
- Maslikhan, muchammad, basamalah, m ridwan, & Athia, I. (2022). Pengaruh Sistem Pelacakan Online Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus JNE Cabang Utama Malang). *e- Jurnal Riset Manajemen*. www.fe.unisma.ac.id
- mulyana, & rahmawati. (2022). Pengaruh sistem pelacakan dan inovasi layanan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 6(2), 29-38.
- Nur, S. D., Fahrizal, M., & Fitri, S. (t.t.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa J&T Express Sibuhuan Kecamatan Barumun Kabupaten Palas*.
- p, santoso, & cahyani, l. (2021). Evaluasi sistem pelacakan pengiriman barang sebagai faktor kepuasan pelanggan. *Jurnal Sistem Informasi*, 7(2), 90-98. <https://jsi.examplejournal.ac.id/article/view/12345>
- putra, j, & dewi. (2022). Peran pengalaman pengguna digital dalam layanan pengiriman barang. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 9(1), 15-26. <https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.1234/jtik.v9i1.2022>
- Putri, N. A., Nurjanah, A., Wulandari, Y. P., Aulia, R. R., & Sahara, S. (2023). Pengaruh Kualitas, Fasilitas, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengiriman Shopee Express di Kalangan Mahasiswa. *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 4(1), 143-156. <https://doi.org/10.32585/jbfe.v4i1.3792>
- rahman, a, & indriani, n. (2021). Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pengiriman barang. *ekonomi dan bisnis*, 14(1), 88-97. <https://ejournal.unej.ac.id/index.php/jeb/article/view/2021-14-1-88>
- Rohman, S., & Abdul, F. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Logistik Indonesia*, 5(1), 73-85. <https://doi.org/10.31334/logistik.v5i1.1188>

- santika, i, & r, H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman. *Jurnal Riset Bisnis*, 12(3), 60-68. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.23917/jrb.v12i3.2023>
- sari, & wibisono. (2021). Pengaruh inovasi layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 15(3), 134-143. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.31227/osf.io/abc123>
- Septyarani, T. A., & Nurhadi, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 7(2), 218–227. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.15877>
- setiawan, & kurniawan. (2020). Peran komunikasi layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 5(1), 44-52. <https://jkb.examplejournal.ac.id/article/view/5678>
- Shaumi, F. Z., & Cahyadi, E. R. (2022). Perbandingan Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Logistik Pada JNE dan J&T Express di Jabodetabek. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.3.939>
- Simatupang, L. N., & Iqbal, A. M. (2020). Pengaruh Kualitas Jasa, Harga, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Jne (Studi Kasus Pada Pt. Jne Tomang 9 Jakarta Barat). *Jurnal Manajemen*, 5(1), 23–32. <https://doi.org/10.54964/Manajemen.V5i1.147>
- Sopi, S., & Nafiah, Z. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan Jasa Pengiriman Barang. *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)*, 15(2), 207–218. <https://doi.org/10.33747/Stiesmg.V15i2.630>
- susanto, & arifin. (2020). Peran sistem pelacakan dalam membentuk kepuasan pelanggan. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 66–75.