

Analisis Pengaruh 4K dan 1H terhadap Pemilihan Pengiriman Barang di Papua Barat Daya

Mohammad Arief Nur Wahyudien^{1*}, Tamrin Tajuddin², Siti Nur Kayatun³, Lutvi Sigit Rivaldi⁴, Aprisan Rian Histiari⁵

¹²³⁴⁵ Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Sorong, Sorong, Papua Barat Daya, Indonesia

E-mail: arief@um-sorong.ac.id

ABSTRAK

Jasa pengiriman barang merupakan unsur penting didalam memenuhi kebutuhan pengiriman barang, saat ini banyak lahir perusahaan jasa pengiriman barang yang terus berkembang dan bersaing untuk merebut pasar. Sebagai pengguna online shop juga pastinya akan sangat bingung dan kesulitan dalam memilih jasa pengiriman barang mulai dari harga, pengemasan barang, lama pengiriman barang, banyaknya cabang, layanan sistem hingga membuat pengguna online shop bingung dalam memilih jasa pengiriman barang terbaik sesuai kebutuhan pengguna. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh dan hubungan antara kualitas pengiriman, ketepatan pengiriman, kejelasan mekanisme pengiriman, keamanan (4K), dan harga pengiriman (1H) terhadap pemilihan jasa pengiriman oleh konsumen. Metode yang digunakan adalah kuantitatif, dengan menggunakan kuesioner terhadap 202 responden dari populasi konsumen pengguna jasa pengiriman. Hasil analisis data menunjukkan bahwa hubungan antara variabel 4K dan 1H memiliki satu hubungan yang tidak signifikan yaitu ketepatan terhadap kualitas pengiriman, yang bisa mengindikasikan bahwa faktor ketepatan mungkin tidak sekuat faktor yang lain dalam mempengaruhi kualitas pengiriman, atau bisa jadi dipengaruhi oleh konteks atau karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian.

ABSTRACT

Shipping services are an important element in supporting online shopping sites every year, with the number of internet users in Indonesia continuously increasing. To meet the demand for goods delivery, many courier service companies are currently emerging, continuously developing and competing to capture the market. As online shop users, they will be very confused and have difficulty choosing a shipping service, so they consider other factors in selecting a shipping service. Starting from the price, packaging of goods, delivery time, number of branches, system services, to making online shop users confused in choosing the best delivery service according to their needs. The purpose of this research is to analyze the influence and relationship between delivery quality, delivery accuracy, clarity of delivery mechanisms, security (4K), and delivery price (1H) on the selection of delivery services by consumers. The method used is quantitative, employing a survey of 202 respondents from the population of consumers using delivery services. The results of the data analysis indicate that the relationship between the four K variables and one H variable has one insignificant relationship, namely the accuracy towards delivery quality, which could indicate that the accuracy factor may not be as strong as the other factors in influencing delivery quality, or it could be influenced by the context or characteristics of the sample used in the study.

Kata kunci: *Shipping Quality Service, Shipping Accuracy, Shipping Mechanism, Security And Shipping Price*

1. PENDAHULUAN

Jasa pengiriman barang merupakan unsur penting didalam mendukung situs jual beli online (Prasetyo et al., 2022). Setiap tahun, angka pengguna internet di Indonesia semakin banyak. Meningkatnya

pengguna internet membuat semakin meningkat pula pembelian barang secara online, baik pembeli, maupun penjual (Putera, 2018). Setiap individu membutuhkan pengiriman barang yang cepat dan aman (Rakhmalina & Marsih,

2022), (Linardi, 2019) untuk memastikan barang yang dikirimkan sampai pada waktu dan tempat yang tepat (Permana, 2020), (Ahmad Zikri, 2022). Untuk memenuhi kebutuhan pengiriman barang, saat ini banyak lahir perusahaan jasa pengiriman barang (Jaya Sakti & Manajemen, 2018), (Prihandoyo, 2019) yang terus berkembang dan bersaing untuk merebut pasar (Damaryanti et al., 2022). Sebagai pengguna online shop juga pastinya akan sangat bingung dan kesulitan dalam memilih jasa pengiriman barang (Febriyanti et al., 2022) sehingga mempertimbangkan faktor lain dalam memilih jasa pengiriman barang (Sugiarsih Duki Saputri, 2019). Mulai dari harga, pengemasan barang, lama pengiriman barang (Masitoh et al., 2019), banyaknya cabang, layanan sistem hingga membuat pengguna online shop bingung dalam memilih jasa pengiriman barang terbaik sesuai kebutuhan pengguna (Mardikaningsih, 2021). Pada tahun 2022, pengguna jasa online shop di Indonesia mencapai 178,94 juta pengguna dan diperkirakan akan naik pada tahun 2023 sejumlah 208,55 juta pengguna (Statista Market, 2023). Sorong merupakan salah satu kota berkembang di provinsi Papua Barat Daya yang banyak menggunakan online shop sebagai alternatif belanja hemat dan praktis dikarenakan kebutuhan masyarakat akan barang elektronik, pakaian, maupun, kebutuhan lainnya yang masih relatif mahal di pasar lokal dibandingkan dengan yang tersedia pada platform online shop. Pengguna online shop harus jeli dalam memilih jasa pengiriman barang yang efektif dan efisien (Ardila & Irawan, 2022). Pertumbuhan industri e-commerce di Sorong, Papua Barat Daya, telah memicu peningkatan permintaan akan layanan pengiriman barang yang efisien dan handal. Penggunaan teknologi informasi, terutama dalam hal kemudahan penggunaan dan kecepatan transaksi, semakin menjadi faktor penting bagi konsumen dalam

memilih layanan pengiriman barang (Siburian & Kartika, 2021). Urgensi penelitian ini penting karena pertumbuhan industri e-commerce di Sorong, Papua Barat Daya, menghadirkan tantangan dalam memenuhi kebutuhan pengiriman barang yang efisien dan handal bagi konsumen. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan layanan pengiriman barang, perusahaan pengiriman dapat meningkatkan strategi pemasaran dan layanan mereka sesuai dengan kebutuhan (Puji Lestari, 2018) konsumen, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan (Farooq et al., 2018) dan daya saing Perusahaan (Arief et al., 2021).

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh 4K dan 1H (Kualitas Pelayanan, Kejelasan Mekanisme Pengiriman, Ketepatan Pengiriman, Keamanan dan Tarif Pengiriman) terhadap proses pemilihan layanan pengiriman barang di Sorong, Papua Barat Daya?

Tujuan dari penelitian untuk menganalisis pengaruh kriteria 4K dan 1H (Kualitas Pelayanan, Kejelasan Mekanisme Pengiriman, Ketepatan Pengiriman, Keamanan dan Tarif Pengiriman) terhadap proses pemilihan layanan pengiriman barang di Sorong (Iriansyah et al., 2023), Papua Barat Daya.

Adapun Menurut penelitian terdahulu (Matos et al., 2019) dan (Supiyani & Afridola, 2020) Kualitas Pelayanan menjadi salah satu aspek yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen seperti kualitas pelayanan, kualitas proses dan kualitas hasil. Harga menjadi salah satu aspek yang perlu diukur untuk menentukan kepuasan konsumen, karena harga yang baik sebanding dengan fasilitas dan layanan yg sama (Maharani et al., 2020) dan (Abror et al., 2020). Keamanan / Asuransi menjadi salah satu aspek untuk mengukur kepuasan konsumen (Jesry et al., 2022) dan (Aleron & Nurhadi, 2022). Mekanisme Pegiriman menjadi salah satu faktor yang minat

konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman (Bouranta et al., 2019) dan (Indah, 2019). dan Ketepatan pengiriman menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman (Fachreza et al., 2022).

2. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut penelitian (Matos et al., 2019) dan (Supiyani & Afridola, 2020) Kualitas Pelayanan menjadi salah satu aspek yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen seperti kualitas pelayanan, kualitas proses dan kualitas hasil.

Menurut penelitian (Maharani et al., 2020) dan (Abror et al., 2020) Harga menjadi salah satu aspek yang perlu di ukur untuk menentukan kepuasan konsumen, karena harga yang baik sebanding dengan fasilitas dan layanan yg sama.

Keamanan / Asuransi menjadi salah satu aspek untuk mengukur kepuasan konsumen (Jesry et al., 2022) dan (Aleron & Nurhadi, 2022).

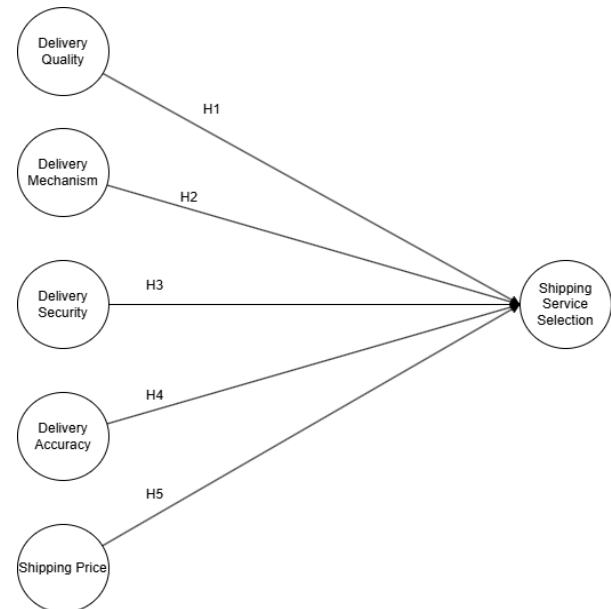
Mekanisme Pegiriman menjadi salah satu faktor yang minat konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman (Bouranta et al., 2019) dan (Indah, 2019).

Ketepatan pengiriman menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman (Fachreza et al., 2022).

3. METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif melalui kuesioner terhadap konsumen pengguna jasa pengiriman sebanyak 202 responden.

Membuat kerangka konseptual penelitian berdasarkan 4K dan 1H.



Gambar 1. Kerangka Konseptual
Menentukan Hipotesis penelitian dari kerangka konseptual

H1 : Kualitas pengiriman mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap Pemilihan Jasa Pengiriman.

H2 : Mekanisme Pengiriman mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap Pemilihan Jasa Pengiriman.

H3 : Keamanan Pengiriman mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap Pemilihan Jasa Pengiriman.

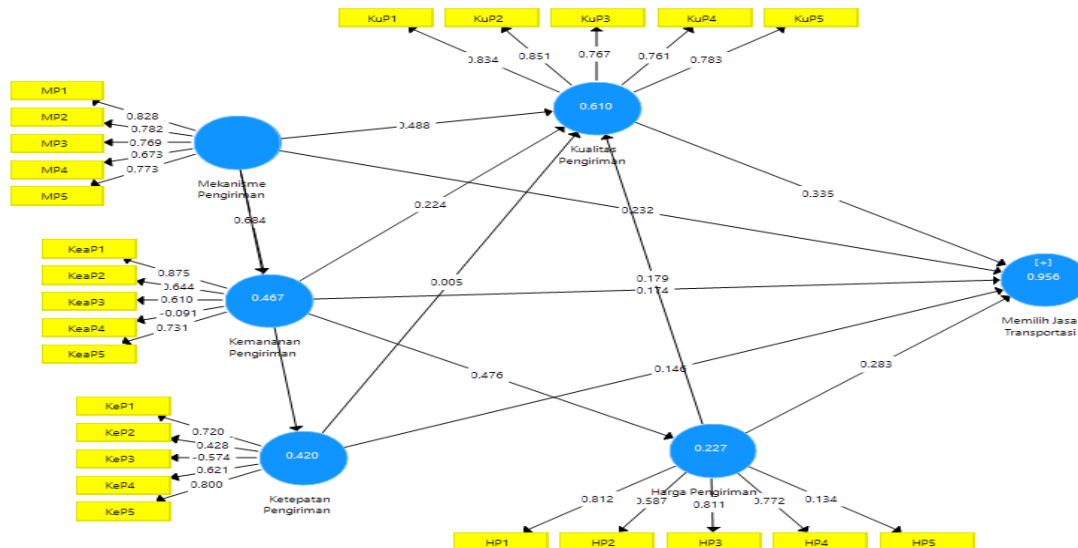
H4 : Ketepatan Pengiriman mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap Pemilihan Jasa Pengiriman.

H5 : Harga Pengiriman memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap Pemilihan Jasa Pengiriman.

Menganalisis pengaruh dan hubungan Four K and One H dengan menggunakan Software Tool SmartPLS 3.0 dengan tujuh langkah yaitu: Validitas Model dengan acuan jika nilai faktor loading lebih besar dari 0.7 (Arifin et al., 2023), Realibilitas Model jika nilainya lebih besar dari 0.7 dan AVE 0.5 (Sulistiyowati et al., 2022), Diskriminan Validity Model, Collienarity (VIF), Mengukur Model VIT, Mengukur R-Square dan Hipotesis Testing (Sutoro et al., 2024).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertama, mengukur validitas dengan acuan jika nilai faktor loading lebih besar dari 0,7 (Ghozali & Latan, 2015). jika lebih kecil maka dikeluarkan dari model .



Pada gambar di atas terlihat faktor loading yang memiliki nilai di atas 0,7 dianggap valid dan nilai yang di bawah 0,7 di keluarkan dari model yaitu (KeaP4,

KeaP2, KeaP3, KeP2, KeP3, KeP4, MP 4 HP 2 dan HP 5).

Kedua, mengukur realibilitas model jika nilainya lebih besar dari 0,7 dan AVE 0,5 maka data reliabel dan handal.

Table 1. Loading, composite reliability, average variance extracted

Construct	Item	Loading	Composite reliability	AVE
Kualitas pengiriman	Kualitas pelayanan pengiriman	0,832	0,861	0,674
	Keramahan dan profesionalisme staf	0,851		
	Staf pengiriman membantu dalam menyelesaikan masalah atau keluhan	0,766		
	Responsivitas staf pengiriman terhadap pertanyaan atau permintaan	0,763		
	Layanan pelanggan yang diberikan	0,784		
Kejelasan mekanisme pengiriman	Informasi mengenai mekanisme pengiriman	0,827	0,818	0,532
	Status pengiriman	0,782		
	Informasi yang cukup mengenai proses pengiriman sebelum mengirim barang	0,769		
	Kemudahan dalam menghubungi pihak pengiriman	0,774		
Ketepatan pengiriman	Pengiriman tiba sesuai dengan waktu	0,739	0,784	0,552
	Tindakan yang diambil oleh jasa pengiriman	0,853		
Keamanan pengiriman	Keamanan barang selama proses pengiriman	0,861	0,899	0,640
	Penanganan barang	0,733		
Harga pengiriman	Tarif pengiriman yang dikenakan	0,846	0,877	0,588
	Tarif pengiriman sesuai dengan kualitas layanan	0,854		
	Perbandingan tarif pengiriman jasa lain	0,759		

Ketiga, Diskriminan Validity untuk menunjukkan seberapa baik suatu konstruk dalam model pengukuran berbeda atau unik dari konstruk lainnya.

Table 2. Diskriminan Validity

ITEM	HP	KeaP	KeP	KP	MP	MJT
Harga Pengiriman	0,821					
Kemananan Pengiriman	0,425	0,729				
Ketepatan Pengiriman	0,596	0,634	0,743			
Kualitas Pengiriman	0,566	0,622	0,603	0,800		
Mekanisme Pengiriman	0,551	0,669	0,646	0,742	0,767	
Memilih Jasa Transportasi	0,742	0,750	0,789	0,864	0,852	1,000

Harga Pengiriman, Keamanan Pengiriman, Ketepatan Pengiriman, Kualitas Pengiriman, dan Mekanisme Pengiriman tampaknya memiliki validitas diskriminan yang cukup baik, karena nilai loading yang lebih tinggi pada konstruk masing-masing dibandingkan dengan konstruk yang lain. Memilih Jasa Transportasi tampaknya menunjukkan

pengaruh yang kuat dari semua konstruk, dan indikator terkait sangat tepat dalam mengukur keputusan untuk memilih jasa transportasi.

Keempat, Collienarity (VIF) ukuran statistik yang digunakan untuk mendeteksi tingkat kolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

Table 3. Collienarity (VIF)

	HP	KeaP	KeP	KP	MP	MJT
Harga Pengiriman				1,676		1,766
Kemananan Pengiriman	1,000			2,078		2,162
Ketepatan Pengiriman				2,274		2,288
Kualitas Pengiriman						2,578
Mekanisme Pengiriman		1,000	1,000	2,286		2,860

Semua nilai VIF dalam model ini berada di bawah 5, yang menunjukkan tidak ada masalah kolinearitas yang signifikan

Kelima, Model VIT menggambarkan sejauh mana model teoretis yang diusulkan

menggambarkan hubungan yang ada di dalam data secara akurat. Evaluasi model fit membantu menentukan apakah model tersebut dapat digunakan untuk membuat prediksi yang akurat atau memberikan kesimpulan yang dapat diandalkan.

Table 4. Model VIT

	Saturated Model
SRMR	0,093

Hasil di atas menunjukkan bahwa nilai SRMR yang ditemukan sebesar 0,093. Oleh karena nilai tersebut lebih kecil dari 0,100 maka model sudah fit.

Enam, R Square ukuran statistik yang menunjukkan seberapa baik model regresi

menjelaskan varians dari variabel dependen (Y) berdasarkan variabel independen (X). R-squared sering disebut juga sebagai koefisien determinasi dan merupakan indikator utama untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi memprediksi hasil.

Table 5. R Square

	R Square	R Square Adjusted
Harga Pengiriman	0,181	0,177
Kemananan Pengiriman	0,447	0,445
Ketepatan Pengiriman	0,417	0,414
Kualitas Pengiriman	0,612	0,604
Memilih Jasa Transportasi	0,942	0,940

Harga Pengiriman, Menunjukkan bahwa hanya 18,1% dan 17,7 % memiliki pengaruh yang relatif kecil terhadap variabel dependen (kemungkinan keputusan memilih jasa transportasi).

Keamanan Pengiriman, Menunjukkan pengaruh sebanyak 44,7% variable dependen dan sisanya di pengaruhi variable lain.

Ketepatan Pengiriman, Menunjukkan pengaruh sebanyak 41,7% variabel dependen, dan sisanya di pengaruhi variable lain.

Kualitas Pengiriman, Menunjukkan pengaruh sebanyak 61,2% variabel dependen, dan sisanya di pengaruhi variable lain.

Memilih Jasa Pengiriman, Menunjukkan pengaruh sebanyak 94,2% variabel dependen, dan sisanya di pengaruhi variable lain.

Tujuh, Hipotesis Testing yaitu metode statistik yang digunakan untuk membuat keputusan atau kesimpulan berdasarkan data nilai T lebih besar dari 1,96 atau nilai p kurang dari 0,050. Ketentuan jika hipotesis diterima yakni jika nilai P Values lebih kecil dari 0,05 (Ghozali & Latan, 2015) yang dapat ditunjukkan Gambar Berikut dan di jelaskan pada table 6 dan table 7.

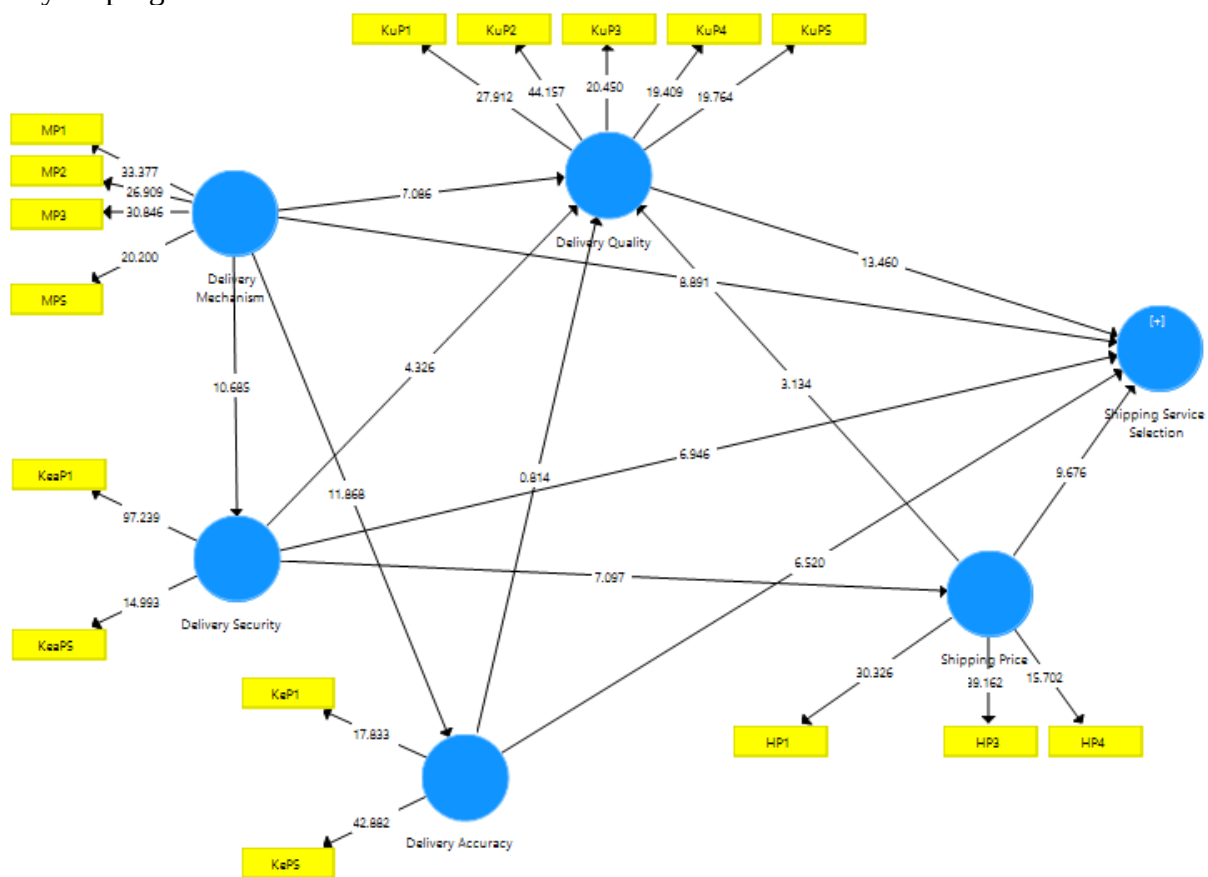


Table 6. Hipotesis Antar Variabel 4K + 1H

Variable	T Statistics	P Values	Result
Harga Pengiriman -> Kualitas Pengiriman	3,546	0,000	Signifikan
Kemananan Pengiriman -> Harga Pengiriman	5,921	0,000	Signifikan
Kemananan Pengiriman -> Kualitas Pengiriman	3,295	0,001	Signifikan
Ketepatan Pengiriman -> Kualitas Pengiriman	0,878	0,380	Tidak Signifikan
Mekanisme Pengiriman -> Kemananan Pengiriman	13,863	0,000	Signifikan
Mekanisme Pengiriman -> Ketepatan Pengiriman	12,673	0,000	Signifikan
Mekanisme Pengiriman -> Kualitas Pengiriman	6,575	0,000	Signifikan

Harga Pengiriman -> Kualitas Pengiriman

Harga pengiriman sering kali berpengaruh pada kualitas layanan yang diterima oleh pelanggan. harga yang kompetitif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Fatonah et al., 2023) jika kualitas pengiriman tetap terjaga. Kualitas layanan yang lebih baik, seperti pengiriman yang cepat dan aman (Fauzi et al., 2023), biasanya terkait dengan harga yang lebih tinggi.

Keamanan Pengiriman -> Harga Pengiriman

Harga berkorelasi langsung dengan keamanan pengiriman; misalnya, dalam asuransi pengiriman barang, perusahaan asuransi dan penyedia layanan pengiriman harus menyeimbangkan premi asuransi (Pillai, 2022) dengan tingkat keamanan yang diberikan. Ini terlihat dalam layanan PT Jasa Asuransi Indonesia (Jasindo), yang bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi dalam kasus kerugian, yang berdampak pada biaya pengiriman (Dupont, 2018).

Keamanan Pengiriman -> Kualitas Pengiriman

Kualitas layanan pengiriman dipengaruhi langsung oleh keamanan pengiriman dalam penelitian ini menemukan bahwa keamanan proses pengiriman merupakan salah satu faktor penting (Randa & Dewi, 2019) yang membentuk persepsi kualitas layanan pelanggan (Yutiantoro, 2019).

Ketepatan Pengiriman -> Kualitas Pengiriman

Ketepatan pengiriman biasanya dianggap penting untuk kualitas, tetapi terkadang tidak selalu mempengaruhi kualitas (Hasby, 2019), terutama jika faktor lain seperti keamanan dan kondisi barang lebih diutamakan oleh pelanggan. Ekspektasi pelanggan terhadap layanan tertentu dapat memengaruhi faktor ini.

Mekanisme Pengiriman -> Keamanan Pengiriman

Mekanisme pengiriman yang terorganisir dengan baik akan meningkatkan keamanan paket. Untuk memastikan bahwa barang aman selama pengiriman, prosedur standar operasional pengangkutan sangat penting (Handayani & Pratama, 2019).

Mekanisme Pengiriman -> Ketepatan Pengiriman

Waktu pengiriman dapat dipercepat dengan mekanisme yang terorganisir (Zahra et al., 2022). pengaturan dan mekanisme yang baik meningkatkan kepercayaan pelanggan (Mevia et al., 2022) karena memastikan bahwa pengiriman dikirim sesuai jadwal.

Mekanisme Pengiriman -> Kualitas Pengiriman

Layanan berkualitas tinggi dihasilkan dari pengiriman yang tepat dan terstandarisasi, seperti yang ditunjukkan oleh kebijakan dan prosedur perusahaan yang menjamin pengiriman barang secara aman dan tepat waktu (Dewi et al., 2023).

Berdasarkan tabel 6 ditemukan bahwa Ketepatan Pengiriman → Kualitas Pengiriman, memiliki pengaruh yang tidak signifikan.

Faktor-faktor seperti Harga, Keamanan, dan Mekanisme Pengiriman terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Kualitas Pengiriman dan faktor lainnya dalam layanan pengiriman. Namun, hubungan antara Ketepatan Pengiriman dan Kualitas Pengiriman dalam data yang tidak signifikan, yang bisa mengindikasikan bahwa faktor ketepatan mungkin tidak sekuat faktor yang lain dalam mempengaruhi kualitas pengiriman, atau bisa jadi dipengaruhi oleh konteks atau karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian.

Table 7. Hipotesis Variabel 4K + 1H Terhadap Pemilihan Jasa Transportasi

Variable	T Statistics	P Values	Result
Harga Pengiriman -> Memilih Jasa Transportasi	10,044	0,000	Signifikan
Kemamanan Pengiriman -> Memilih Jasa Transportasi	10,248	0,000	Signifikan
Ketepatan Pengiriman -> Memilih Jasa Transportasi	5,137	0,000	Signifikan
Kualitas Pengiriman -> Memilih Jasa Transportasi	12,846	0,000	Signifikan
Mekanisme Pengiriman -> Memilih Jasa Transportasi	29,912	0,000	Signifikan

Semua variabel yang diuji menunjukkan variabel dari Harga Pengiriman, Keamanan Pengiriman, Ketepatan Pengiriman, Kualitas Pengiriman, dan Mekanisme Pengiriman berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk Memilih Jasa Transportasi. Dengan kata lain, hipotesis alternatif untuk semua hubungan diterima, mengindikasikan bahwa aspek-aspek ini memainkan peran penting dalam mempengaruhi pilihan konsumen terhadap jasa pengiriman barang (Qorika et al., 2022).

5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel yang mempengaruhi konsumen memilih jasa pengiriman barang di wilayah Indonesia timur yaitu Four K dan One H memiliki hubungan dan pengaruh yang positif dan signifikan. Tetapi pada hubungan dan pengaruh antar variabel terdapat variabel yang berpengaruh positif dan signifikan dan berpengaruh negatif dan tidak signifikan yaitu ketepatan pengiriman terhadap kualitas pengiriman. Temuan ini harus menjadi perhatian karena ketepatan pengiriman perlu ditingkatkan karena dengan ketepatan dapat mengukur kinerja Perusahaan yang mana bermuara pada kepuasan konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah memberikan dukungan dana untuk mendukung penelitian ini melalui Skema Pendanaan Penelitian Dosen Pemula (PDP) Tahun Pelaksanaan 2024, dengan Nomor Kontrak.116/E5/PG.02.00.PL/2024/076/K

TKII.3.AU/J/2024. Selain itu, kami juga menyampaikan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Sorong yang memfasilitasi kebutuhan yang diperlukan untuk kelancaran pelaksanaan Penelitian Hibah KEMDIKBUDRISTEK ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Evanita, S., Yasri, Y., & Dastgir, S. (2020). Service quality, religiosity, customer satisfaction, customer engagement and Islamic bank's customer loyalty. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1691–1705. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0044>
- Ahmad Zikri, M. I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. In *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)* (Vol. 1, Issue 1, pp. 129–138). <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/3280/1109>
- Aleron, B., & Nurhadi, N. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna jasa ekspedisi j&t express yang dimoderasi oleh garansi. *Forum Ekonomi*, 24(2), 375–385. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10815>
- Ardila, L., & Irawan, B. (2022). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express Di Patokbeusi Subang.

- Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 3 (4), 480–493.
<https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI/article/view/2519>
- Arief, M., Wahyudien, N., Histiari, A. R., & Abdullah, A. S. (2021). Analysis of the Selection of Building Raw Material Suppliers Using the Analytical Hierarchy Process Method at CV. Saonek Raya. 6869. <https://doi.org/10.23917/jiti.v22i2.23001>
- Arifin, A., Magito, M., Perkasa, D. H., & Febrian, W. D. (2023). Pengaruh Kompensasi, Kompetensi dan Konflik Kerja terhadap Kinerja Karyawan. GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP, 1(01), 24–33. <https://doi.org/10.59422/global.v1i01.130>
- Bouranta, N., Psomas, E., Suárez-Barraza, M. F., & Jaca, C. (2019). The key factors of total quality management in the service sector: a cross-cultural study. Benchmarking, 26(3), 893–921. <https://doi.org/10.1108/BIJ-09-2017-0240>
- Damaryanti, F., Thalib, S., & Miranda, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating. Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi, 2(2), 50–62. <https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>
- Dewi, C., Bangun, A. A., & Susilowati, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. <http://djournals.com/arbitrase/article/view/133>
- Dupont, L. (2018). Supplier selection under risk of delivery failure: a decision-support model considering managers' risk sensitivity. International Journal of Production Research, 56(3), 1054–1069. <https://doi.org/10.1080/00207543.2017.1364442>
- Fachreza, A. M., Arisman, A., & Barlian, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen: Survey Pada Konsumen PT. Pos Indonesia. JISMA: Jurnal Ilmu Sosial. <https://melatijournal.com/index.php/jisma/article/view/151>
- Farooq, M. S., Salam, M., Fayolle, A., Jaafar, N., & Ayupp, K. (2018). Impact of service quality on customer satisfaction in Malaysia airlines: A PLS-SEM approach. Journal of Air Transport Management, 67, 169–180. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.12.008>
- Fatonah, H., Rani, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Kedoya Raya 2. Jurnal Penelitian Bisnis. <http://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/SAMMAJIVA/article/view/361>
- Fauzi, A., Maryadi, F., Afrillia, P., Armanda, F., & ... (2023). Pengaruh Permintaan Harga, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Transportasi Online. Jurnal Akuntansi. <http://journal.admi.or.id/index.php/JAMAN/article/view/646>
- Febriyanti, P. I., Arief, M., Wahyudien, N., Kusri, E., & Siswanto, A. A. (2022). Industrial Engineering Journal – System Analisa Proses Pelayanan JASTIP Dengan Metode Servqual Industrial Engineering Journal – System. 01(1), 1–10.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program

- SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. Universitas Diponegoro.
- Handayani, E. N., & Pratama, E. Y. (2019). Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen. In *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* (Vol. 6, Issue 3). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i3.235>
- Hasby, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Jne Express Agen Pangkalan Mansyur. repository.uinsu.ac.id. <http://repository.uinsu.ac.id/id/eprint/6689>
- Indah, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*. <https://www.ejurnalunsam.id/index.php/jse/article/view/1292>
- Iriansyah, Y., Rachmadhani, M. M., & Nur, M. A. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan Sriwijaya Air Yasir. *Industrial Engineering Journal – System*, 01(2), 1–15.
- Jaya Sakti, B., & Manajemen, J. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–8. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Jesry, M., Alhaj Omar, F., Rashwani, A., Bark, I., Jammo, K., Ajam, S., & Kassab, Z. (2022). Exploring the value of a risk-management quality-assurance model to support delivery of quality higher education in the conflict-affected northwest of Syria. *International Journal of Educational Research Open*, 3. <https://doi.org/10.1016/j.ijedro.2022.100134>
- Linardi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Online Shop RI_Watch. *Agora*, 7(1), 5.
- Maharani, O. R., Wijayanto, H., & Abrianto, T. H. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus Pada Lipstik Wardah). *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 97. <https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.418>
- Mardikaningsih, R. (2021). Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Baruna Horizon*, 4(1), 64–73. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v4i1.58>
- Masitoh, M. R., Wibowo, H. A., & Ikhsan, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Mobile Shopee. *Sains Manajemen*, 5(1). <https://doi.org/10.30656/sm.v5i1.1515>
- Matos, P., Vieira, J., Rocha, B., Branquinho, C., & Pinho, P. (2019). Modeling the provision of air-quality regulation ecosystem service provided by urban green spaces using lichens as ecological indicators. *Science of the Total Environment*, 665, 521–530. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.02.023>
- Mevia, Y., Komariah, K. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Customer Retention. *Management Studies*.

- <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/726>
- Permana, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak. In *Ekonomi Bisnis* (Vol. 25, Issue 2, pp. 94–109). <https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>
- Pillai, S. G. (2022). Online food delivery services and consumers' purchase intention: Integration of theory of planned behavior, theory of perceived risk, and the elaboration likelihood model. *International Journal of Hospitality Management*, 105. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103275>
- Prasetyo, A. H., Rustamaji, D., Sumarni, S., & Nadhifah, N. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kemampuan Berkomunikasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Jne Babat Lamongan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 463–472. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.614>
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 10(1), 116–129. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v10i1.59>
- Puji Lestari, F. A. (2018). Pengaruh Web E-Commerce, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen. *Sosio E-Kons*, 10(1), 87. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2411>
- Putera, A. K. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. *Management Analysis Journal*, 7(1), 111–119. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/20445>
- Qorika, E., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Pospay PT. Pos Indonesia). <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMA/article/view/3351>
- Rakhmalina, I., & Marsih, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Jne Cabang Sekayu. *Jurnal Manajemen Kompeten*, 4(2), 101. <https://doi.org/10.51877/mnjm.v4i2.209>
- Randa, M., & Dewi, A. S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap inovasi layanan pt. Pos indonesia sebagai upaya menjaga eksistensi di era persaingan. <https://osf.io/preprints/ds38m/>
- Siburian, W., & Kartika, L. N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada J&T Express Di Perawang. <http://journal.ukrim.ac.id/index.php/PFE/article/download/274/207>
- Sugiarsih Duki Saputri, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46–53. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i1.1232>
- Sulistiyowati, A., Rianto, M. R., Handayani, M., & Bukhari, E. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Return dan Resiko terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2253. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5956>

- Sutoro, M., Hamsinah, H., & Sunarsi, D. (2024). The Role of Organizational Citizenship Behaviour (OCB) , Intrinsic Motivation and Job Satisfaction on Employee Performance of Online Shop. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 7(2), 282–294. <https://doi.org/10.30988/jmil.v7i2.1149>
- Supiyani, R., & Afridola, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Sumber Alfaria Trijaya Tbk. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen: Jurnal Ilmiah Multi Science*, 11(01), 19–31. <https://doi.org/10.52657/jiem.v11i01.1192>
- Yutiantoro, C. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman pada kantor pos kabupaten kebumen. <http://eprints.universitaspurabangsa.ac.id/id/eprint/96/>
- Zahra, S., Tirta, Y. A. D., & Khoironi, T. A. (2022). Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Pengiriman, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang Shopee Express Di Kota. <http://ncabet.conferencesbinabangsa.org/index.php/home/article/view/71>