JUMABI Vol 6, (5), 2026, 370 - 377

JURNAL ADMINISTRASI BISNIS

E-ISSN: 2775 - 2615

Available online at:http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sarijasa Transutama

Maulida Fitria[1], Dewi Nurbaiti[2]
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta Indonesia
Email: maulidafitria29@gmail.com[1] , justdnu@gmail.com[2],

Abstract.
This study aims to determine the influence of service quality and delivery timeliness on customer satisfaction at PT Sarijasa Transutama. The method used is a quantitative approach with descriptive research. The study population consists of all customers of PT Sarijasa Transutama. Sampling was conducted using a nonprobability sampling technique with a saturation sampling method involving 70 respondents. Data analysis utilized multiple linear regression with IBM SPSS Statistics 27. The results indicate that service quality significantly influences customer satisfaction by 34%, while delivery timeliness contributes 24.5%. Together, these two variables account for 34.2% of customer satisfaction, while the remaining 65.8% is attributed to other variables not examined in this study.
Keywords: Customer Satisfaction; Delivery Timeliness; PT Sarijasa Transutama; Service Quality

Cronicle of Article:Received (11,10,2026); Revised (15,10,2026); and Published (28,10,2026)

©2026 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author : Maulida Fitria Putri adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530, *Corresponding Author*, justdnu@gmail.com[2] ,

How to cite this article : Fitira M, Nurbaiti D, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Sarijasa Transutama”. *adbispreneur* 6 (5),pp. 370 - 377 . Available at:https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI

Pendahuluan

Perkembangan perdagangan dan distribusi barang di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Hal ini ditandai dengan meningkatnya aktivitas ekspor-impor, pesatnya pertumbuhan *e-commerce*, serta berkembangnya industri pengolahan yang turut mendorong kebutuhan akan jasa logistik dan *freight forwarding*. Dalam konteks ini, perusahaan jasa pengiriman memiliki peran strategis dalam menjamin kelancaran arus barang dari pengirim hingga ke penerima secara tepat waktu, aman, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan (UGC Logistics, 2025). Oleh karena itu, jasa pengiriman tidak hanya berfungsi sebagai penyedia transportasi, tetapi juga menjadi elemen penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan meningkatkan daya saing bisnis.

Berdasarkan laporan Kementerian Perhubungan (2025), keluhan pelanggan pada sektor logistik didominasi oleh keterlambatan informasi dan rendahnya respons layanan, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan belum sepenuhnya memenuhi harapan pengguna jasa. Kondisi ini mencerminkan adanya kesenjangan antara ekspektasi pelanggan dengan kinerja layanan yang diberikan perusahaan.

Kesenjangan ini berpotensi menurunkan tingkat kepuasan, yang pada akhirnya dapat memengaruhi kepercayaan serta loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, diperlukan upaya perbaikan secara berkelanjutan agar pelayanan yang diberikan mampu memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan daya saing perusahaan dalam industri jasa pengiriman (Mitralogistics, 2026).

Tabel I.1
Keluhan Pelanggan Tahun 2025

JENIS KELUHAN	JUMLAH KELUHAN	PERSENTASE (%)
Keterlambatan	10	40%
Kerusakan Barang	7	28%
Kesalahan Dokumen	5	20%
Komunikasi	3	12%
Total	25	100%

Sumber : PT Sarijasa Transutama, 2026

Berdasarkan Tabel I.1, dari total 25 keluhan pelanggan PT Sarijasa Transutama, keluhan tertinggi adalah keterlambatan sebanyak 10 keluhan (40%), yang menunjukkan ketepatan waktu pengiriman masih menjadi masalah utama. Selanjutnya, kerusakan barang sebanyak 7 keluhan (28%), kesalahan dokumen 5 keluhan (20%), dan komunikasi 3 keluhan (12%). Data tersebut menunjukkan bahwa permasalahan perusahaan tidak hanya pada ketepatan waktu, tetapi juga pada keamanan barang dan ketelitian administrasi, sehingga kualitas pelayanan masih perlu ditingkatkan agar dapat memenuhi harapan pelanggan secara optimal.

Kepuasan pelanggan dalam jasa pengiriman tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, tetapi juga oleh ketepatan waktu pengiriman sebagai salah satu aspek kinerja operasional yang penting. Ketepatan waktu menjadi indikator utama dalam menilai kinerja perusahaan logistik, karena keterlambatan pengiriman dapat mengganggu aktivitas pelanggan, menimbulkan kerugian, serta menurunkan tingkat kepercayaan terhadap perusahaan. Dengan demikian, ketepatan waktu tidak hanya berkaitan dengan efisiensi proses distribusi, tetapi juga berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Tabel I.2
Penyebab Keterlambatan Pengiriman Barang Tahun 2025

PENYEBAB	JUMLAH	PERSENTASE (%)
Cuaca	230	23%
Kemacetan	350	35%
Operasional	220	22%
Dokumen	150	15%
Lain-lain	50	5%
Total	1000	100%

Sumber : PT Sarijasa Transutama, 2026

Berdasarkan Tabel I.2, penyebab keterlambatan pengiriman barang didominasi oleh kemacetan sebanyak 350 kejadian (35%), diikuti cuaca 230 kejadian (23%), faktor operasional 220 kejadian (22%), kendala dokumen 150 kejadian (15%), serta lain-lain 50 kejadian (5%). Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa keterlambatan pengiriman disebabkan oleh faktor eksternal seperti kemacetan dan cuaca, serta faktor internal seperti operasional dan administrasi, sehingga diperlukan peningkatan pengelolaan operasional untuk meminimalkan keterlambatan dan meningkatkan ketepatan waktu pengiriman.

Secara keseluruhan, kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun perkembangan sektor logistik dan jasa pengiriman terus meningkat seiring pertumbuhan aktivitas perdagangan dan e-commerce, masih terdapat permasalahan pada kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman. Hal ini tercermin dari dominasi keluhan pelanggan terkait keterlambatan, kerusakan barang, dan kesalahan administrasi, serta adanya faktor eksternal dan internal yang memengaruhi kelancaran distribusi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman masih diperlukan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai secara optimal serta perusahaan mampu mempertahankan daya saingnya.

LITERATUR REVIUW.

1. Adminsitrasi Bisnis

Menurut Handoko (2018), Administrasi bisnis diartikan sebagai kegiatan pengelolaan sumber daya organisasi bisnis melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian untuk mencapai tujuan organisasi secara optimal. Menurut Irham Fahmi (2019), Administrasi bisnis adalah sebuah bangunan hubungan yang tertata secara sistematis yang membentuk sebuah jaringan yang saling bekerja sama satu sama lainnya untuk mendukung terwujudnya suatu mekanisme kerja yang tersusun dan mencapai tujuan yang diharapkan. Menurut Supriyanto (2016), administrasi niaga, yang kini lebih dikenal sebagai administrasi bisnis, merupakan bagian dari cabang ilmu sosial yang mempelajari proses kerjasama antara dua orang atau lebih dalam rangka mencapai suatu tujuan yang merupakan disiplin ilmu yang berfokus pada perilaku manusia.

2. Pemasaran Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam (Aditya 2020), pemasaran jasa yaitu sebuah tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat non fisik dan tidak dapat menghasilkan suatu kepemilikan apapun. Menurut Lupiyoadi (2018), menyatakan bahwa pemasaran jasa adalah bagian dari sistem jasa keseluruhan yang menunjukan perusahaan tersebut memiliki bentuk kontak dengan konsumennya, mulai pengiklanan hingga penagihan. Menurut Indrasari (2019) definisi pemasaran jasa dapat dibedakan menjadi dua bagian baik secara sosial maupun manajerial. Secara sosial, pemasaran jasa adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk jasa yang bernilai dengan pihak lain. Secara manajerial, adalah proses Perencanaan, Pelaksanaan Pemikiran, Penetapan Harga, Promosi, dan Penyaluran Gagasan tentang produk jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi.

3. Freight Forwarding

Menurut Rajasekar dan Prabhakar yang dikutip Siswosoediro dalam Ambar (2018), Freight forwarding adalah usaha yang ditujukan mewakili kepentingan pemilik barang untuk mengurus semua kegiatan yang diperlukan bagi terlaksananya pengiriman dan penerimaan barang melalui transportasi darat, laut dan udara.Freight forwarding atau forwarder merupakan salah satu jasa logistik yang berfokus pada aspek pengangkutan komoditas secara menyeluruh (Aidina, 2023). Freight forwarder adalah adalah usaha yang

ditujukan untuk mengurus semua kegiatan yang diperlukan bagi terlaksananya pengiriman dan penerimaan muatan melalui transportasi darat, laut, maupun udara (Dwiputranti & Putri, 2020).

4. **Kualitas Pelayanan**

   Menurut Lovelock dan Wirtz (2016), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan suatu layanan yang diharapkan pelanggan serta kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan tersebut secara konsisten melalui penyampaian jasa yang berkualitas. Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2018), kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan terhadap keunggulan atau superioritas suatu layanan secara keseluruhan yang didasarkan pada perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja layanan yang diterima. Teori SERVQUAL (Service Quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. (dalam Siringoringo et al., 2023) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai perbandingan atau kesenjangan (gap) antara persepsi pelanggan atas layanan yang mereka terima (perceived service) dengan layanan yang diharapkan atau diinginkan (expected service).

5. **Ketepatan Waktu Pengiriman**

   Menurut Aminah et al. dalam jurnal Nantigiri, dkk. (2021), ketepatan waktu pengiriman adalah waktu antara saat pelanggan memesan produk dan saat dikirimkan ke pelanggan. Menurut (Mahfudz et al, 2018), memaparkan bahwa ketepatan waktu pengiriman merupakan jangka waktu ketika pelanggan memesan produk hingga produk tersebut dapat tiba di tangan pembeli. Menurut Pujawan dalam Intan Eviani & Yusup Rachmat Hidayat (2021), ketepatan waktu pengiriman adalah kemampuan supplier dalam mengirim barang secara tepat waktu dengan mempertimbangkan faktor jarak, kapasitas produksi, dan histori pengiriman.

6. **Kepuasan Pelanggan**

   Menurut Park dalam (Irawan 2021), mengungkapkan kepuasan pelanggan adalah suatu perasaan pelanggan sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Menurut Chandra (2019) kepuasan pelanggan yaitu tanggapan emosional atau kognitif yang berkaitan dengan ekspektasi dari suatu produk atau pengalaman konsumsi setelah memilih produk atau jasa tersebut, sedangkan menurut Hermanto (2019) kepuasan pelanggan adalah suatu respon emosional yang ditunjukkan oleh konsumen setelah proses pembelian produk atau menggunakan layanan yang muncul dari perbandingan antara harapan awal mereka dengan kinerja aktual dari produk atau layanan tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan pendekatan berdasarkan waktu cross-sectional yang mengumpulkan data pada satu periode tertentu. Populasi penelitian adalah pelanggan PT Sarijasa Transutama tahun 2025 dengan jumlah 70 pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode saturation sampling (sampling jenuh), yaitu seluruh populasi dijadikan sampel penelitian. Penelitian ini dilakukan di PT Sarijasa Transutama beralamat di Jl. Kp. Sungai Tiram No.168, RT.7/RW.6, Marunda, Kec. Cilincing, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14150.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN BARANG TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT SARIJASA TRANSUTAMA

Berdasarkan hasil perhitungan dari metode penelitian yang telah dijabarkan dalam hasil penelitian maka dapat diketahui bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman barang terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sarijasa Transutama. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan dengan program SPSS versi 27 yang mengisi pernyataan dalam kuesioner sebanyak

70 responden. Hasil ini dibuktikan dengan persamaan uji regresi linier berganda $Y = 7{,}822 + 0{,}309X_1 + 0{,}166X_2 + e$. Persamaan regresi tersebut dilihat dari variabel kualitas pelayanan ($X_1 = 0{,}309$) artinya positif, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sarijasa Transutama. Sedangkan variabel ketepatan waktu pengiriman barang ($X_2 = 0{,}166$) artinya positif, ketepatan waktu pengiriman barang berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sarijasa Transutama. Dari koefisien masing-masing variabel tersebut menunjukkan bahwa setiap penambahan satuan variabel kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman barang akan meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT Sarijasa Transutama.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian di atas kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dibuktikan dengan hasil uji-t yang memperoleh t_{hitung} 3,502 dengan signifikansi <,001 lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 34% sisanya 66% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada PT Sarijasa Transutama. Temuan ini sejalan dengan pandangan yang dikemukakan oleh teori SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman et al. (dalam Siringoringo et al., 2023), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi utama, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Dalam konteks pelayanan *freight forwarding*, kelima dimensi ini memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan kepuasan pelanggan. Dimensi bukti fisik berhubungan dengan kondisi sarana dan prasarana, serta tampilan karyawan dalam memberikan layanan. Fasilitas pelayanan yang tersedia dalam kondisi bersih dan memadai, serta penampilan karyawan yang rapi, dapat memberikan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam menggunakan jasa *freight forwarding.* Selanjutnya, keandalan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan secara akurat dan sesuai dengan yang dijanjikan. Dalam hal ini, ketepatan proses dokumen pengiriman dan kesesuaian pelayanan dengan waktu yang telah dijanjikan menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan pelanggan. Daya tanggap mencerminkan kesiapan karyawan dalam merespons kebutuhan pelanggan dengan cepat dan sigap. Kemampuan karyawan dalam menanggapi pertanyaan, memberikan informasi, serta membantu ketika terjadi kendala dalam proses pengiriman dapat memberikan pengalaman pelayanan yang positif bagi pelanggan. Jaminan berkaitan dengan kompetensi dan sikap profesional karyawan dalam memberikan layanan. Pengetahuan yang memadai serta kemampuan dalam memberikan rasa aman kepada pelanggan akan meningkatkan keyakinan pelanggan terhadap jasa yang digunakan. Terakhir, empati dalam pelayanan mencerminkan perhatian karyawan terhadap kebutuhan pelanggan secara individual. Kemudahan dalam menghubungi karyawan serta adanya perhatian terhadap kebutuhan pelanggan dapat menciptakan hubungan yang baik dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan

2. Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian di atas ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dibuktikan dengan hasil uji-t yang memperoleh thitung 1,500 dengan signifikansi 0,138 lebih besar dari 0,05, maka H0 diterima dan H2 ditolak. Hasil uji koefisien determinasi (R2) sebesar 24,5% sisanya 75,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel ketepatan waktu pengiriman barang (X2) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel kepuasan

pelanggan (Y) pada PT Sarijasa Transutama. Artinya, meskipun ketepatan waktu pengiriman cenderung meningkatkan kepuasan pelanggan, pengaruh tersebut tidak cukup kuat secara statistik. Temuan ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa ketepatan waktu pengiriman merupakan salah satu faktor penting yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun demikian, secara konseptual Pujawan dalam Aminah Y. R. (2017) menjelaskan bahwa ketepatan waktu pengiriman merupakan kemampuan perusahaan dalam mengirimkan barang sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan kepada pelanggan dan menjadi salah satu indikator penting dalam kinerja distribusi. Dalam praktiknya, ketepatan waktu tidak selalu menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan. Hal ini dapat disebabkan karena pelanggan lebih mempertimbangkan faktor lain seperti kualitas pelayanan, kemudahan komunikasi, serta responsivitas karyawan dalam menangani kendala. Selain itu, dalam layanan freight forwarding, keterlambatan pengiriman juga dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi lalu lintas, cuaca, serta proses operasional logistik, sehingga tingkat toleransi pelanggan terhadap keterlambatan relatif lebih tinggi.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penelitian di atas kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang dibuktikan dengan hasil uji-f yang memperoleh f_{hitung} sebesar 18,960 dengan signifikansi <0,001 lebih kecil dari 0,05. maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 34,2% sisanya 65,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan ketepatan waktu pengiriman (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada PT Sarijasa Transutama. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan, seperti kondisi fasilitas, ketepatan dalam memberikan layanan, keakuratan proses dokumen, serta respons dan sikap karyawan dalam melayani pelanggan menjadi faktor penting. Di sisi lain, ketepatan waktu pengiriman juga berperan, yang tercermin dari kesesuaian penggunaan transportasi, kejelasan estimasi waktu, serta kemampuan perusahaan dalam memastikan barang sampai sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan dan semakin tepat waktu proses pengiriman dilakukan, akan berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sarijasa Transutama dengan besarnya pengaruh sebesar 34%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan tidak hanya dituntut akurat dan tepat, tetapi harus responsif, profesional, serta mampu memahami kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas akan membentuk pengalaman positif, sehingga pelanggan merasa lebih yakin dan nyaman dalam menggunakan jasa yang diberikan, serta mendorong keinginan untuk kembali menggunakan layanan tersebut.
2. Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sarijasa Transutama dengan besarnya pengaruh sebesar 24,5%. Hal ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu

menjadi faktor penting dalam proses pengiriman, terutama dalam menjaga kesesuaian antara estimasi dan realisasi yang diterima pelanggan. Pengiriman yang tepat waktu memberikan kepastian dan mengurangi kekhawatiran pelanggan, sehingga membentuk penilaian yang baik terhadap kinerja perusahaan dalam menjalani layanannya.

3. Kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman barang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sarijasa Transutama dengan hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 34,2%, sedangkan sisanya 65,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki peran yang saling mendukung dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Kombinasi antara pelayanan yang baik dan pengiriman yang tepat waktu akan menghasilkan pengalaman layanan yang lebih optimal, sehingga dapat memperkuat kepercayaan dan mendorong hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan pada PT Sarijasa Transutama, maka penulis menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas pelayanan, perusahaan disarankan meningkatkan responsivitas karyawan dalam melayani pelanggan melalui pelatihan customer service serta memperjelas komunikasi internal agar pelayanan lebih cepat dan efektif.
2. Pada variabel ketepatan waktu pengiriman, perusahaan disarankan mengoptimalkan penggunaan sistem tracking secara menyeluruh agar proses pemantauan pengiriman menjadi lebih akurat dan real-time. Selain itu, perusahaan juga perlu meningkatkan pengawasan terhadap kondisi armada dan kontainer untuk menjaga kualitas layanan dan meminimalkan keterlambatan pengiriman.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan variabel lain seperti harga, loyalitas pelanggan, dan kepercayaan pelanggan agar penelitian dapat memberikan hasil yang lebih luas dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Chopra, S., & Meindl, P. (2016). Supply chain management: Strategy, planning, and operation. Pearson Education.

Fahmi, I. (2019). Pengantar administrasi bisnis. Bandung: Alfabeta.

Handoko, T. H. (2018). Manajemen (Edisi Revisi). Yogyakarta: BPFE

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education

Pujawan, I. N., & Mahendrawathi. (2017). Supply chain management (Edisi 3). Yogyakarta: Andi.

Supriyanto. (2016). Administrasi bisnis. Jakarta: Bumi Aksara..

Tjiptono, F. (2019). Service quality dan kepuasan pelanggan. Yogyakarta: Andi.

Jurnal

Aidina, R. (2023). Peran freight forwarding dalam mendukung sistem logistik nasional. Jurnal Logistik dan Transportasi, 7(2), 115–124.

Dwiputranti, N., & Putri, A. R. (2020). Analisis peran freight forwarder dalam kegiatan ekspor impor. Jurnal Manajemen Transportasi, 5(1), 45–54.

Genangku, P. E., & Sabariah, E. (2023). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa EMKL. Jurnal JEKMA, 2(3), 59–68.

Hidayat, R., & Prasetyo, A. (2021). Analisis kinerja operasional dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Jurnal Transportasi dan Logistik, 9(2), 120–132.

Mahfudz, M., et al. (2018). Ketepatan waktu pengiriman sebagai faktor kepuasan pelanggan. Jurnal Logistik Indonesia, 6(2), 90–101.

Mahfudz, M., & Sakti, B. J. (2018). Pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 9(1), 78–86.

Mulyati, E., & Fauzia, S. Z. A. (2020). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa freight forwarder. Jurnal Logistik Bisnis, 10(1), 1–10.

Website

Aditya. (2020). Konsep pemasaran jasa menurut Kotler dan Keller. https://www.kompasiana.com/aditya/5f3c8f7cd541df3a9c5e0e42/konsep-pemasaran-jasa-menurut-kotler-dan-keller

Astra UD Trucks. (2026). Pemanfaatan teknologi dalam industri logistik. Diakses dari https://www.udtrucks.co.id

Badan Pusat Statistik. (2025). Kontribusi sektor transportasi dan pergudangan terhadap PDB Indonesia. Diakses dari https://www.bps.go.id

Bank Indonesia. (2024). Data transaksi e-commerce Indonesia. Diakses dari https://www.bi.go.id CNBC Indonesia. (2026). Pertumbuhan sektor logistik Indonesia dan proyeksinya. Diakses dari https://www.cnbcindonesia.com

Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. (2025). Laporan keluhan pelanggan sektor logistik. Diakses dari https://www.dephub.go.id

Ken Research & World Economic Forum. (2020). Indonesia logistics market growth. Diakses dari https://www.kenresearch.com

Kontan. (2024). Data pertumbuhan transaksi e-commerce Indonesia. Diakses dari https://www.kontan.co.id

Metrotvnews. (2025). Pertumbuhan ekonomi dan kontribusi wilayah terhadap PDB Indonesia. Diakses dari https://www.metrotvnews.com

Mitralogistics. (2026). Perkembangan dan tantangan industri logistik di Indonesia. Diakses dari https://www.mitralogistics.co.id

UGC Logistics. (2025). Peran logistik dalam distribusi dan pertumbuhan ekonomi. Diakses dari https://www.ugclogistics.com