JUMABI Vol 6, (4), 2026, 315 - 321

JURNAL ADMINISTRASI BISNIS

E-ISSN: 2775 - 2615

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

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Freight Forwarding PT. BSA Logistik Indonesia

Nur Iskandar[1], Abdul Gofur[2]
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta Indonesia
Email: iskandar071@gmail.com[1] , govhoer@gmail.com[2]

Abstract.
The intensifying competition in the freight forwarding industry requires companies to continuously improve service quality and build customer trust in order to create customer satisfaction. Customer satisfaction is one of the key factors in maintaining customer loyalty and strengthening a company's competitiveness. This study aims to analyze the influence of service quality and trust on customer satisfaction in freight forwarding services at PT BSA Logistik Indonesia. This study employs a quantitative approach using a descriptive survey method. The population consists of 60 active customers of PT BSA Logistik, and due to the relatively small population size, the entire population was used as the sample through a saturated sampling (sampling jenuh) technique with purposive criteria. Data were collected through questionnaires using a five-point Likert scale and analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial test (t-test), simultaneous test (F-test), and the coefficient of determination (R^2) with the assistance of IBM SPSS Version 26. The results indicate that Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, with a t-value of 4.362 (t-table 2.002) and a significance value of 0.000. Trust also has a positive and significant effect on Customer Satisfaction, with a t-value of 3.067 (t-table 2.002) and a significance value of 0.003. Simultaneously, Service Quality and Trust have a positive and significant effect on Customer Satisfaction, shown by an F-value of 21.907 (F-table 3.16) and a significance value of 0.000. An R-square value of 0.435 indicates that Service Quality and Trust explain 43.5% of Customer Satisfaction, while the remaining 56.5% is influenced by factors outside of the study. Therefore, PT BSA Logistik needs to continuously strengthen its service quality and customer trust to support sustainable improvement in customer satisfaction.
Keywords: Service Quality, Trust, Customer Satisfaction, Freight Forwarding, Multiple Linear Regression

Cronicle of Article:Received (11,08,2026); Revised (15,08,2026); and Published (28,08,2026)
©2026 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author : Nur Iskandar 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*, govhoer@gmail.com[2] ,

How to cite this article : Iskandar. N, Gofur .A, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Freight Forwarding PT. BSA Logistik Indonesia". *adbispreneur* 6 (4),pp. 315 - 321 . Available at:https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI

Pendahuluan

Dengan meningkatnya arus perdagangan internasional dan semakin kompleksnya jaringan rantai pasok lintas negara. Jasa freight forwarding sebagai bagian integral dari ekosistem logistik

global mengalami lonjakan permintaan yang signifikan. Berdasarkan proyeksi Data Bridge Market Research (2023), nilai pasar freight forwarding global diperkirakan mencapai USD 14.461,05 juta pada tahun 2030, dengan tren pertumbuhan yang konsisten sejak tahun 2023 (Data Bridge Market Research, 2023). Kondisi tersebut menempatkan industri freight forwarding sebagai sektor yang penuh peluang sekaligus penuh tantangan, sehingga kemampuan perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan menjadi faktor penentu keberhasilan jangka panjang.

Persaingan tersebut turut dirasakan oleh perusahaan freight forwarding yang beroperasi di kawasan Cilincing, Jakarta Utara, salah satu kawasan industri dan pelabuhan strategis yang menjadi basis operasional banyak perusahaan logistik nasional maupun multinasional. Sedikitnya terdapat tiga perusahaan freight forwarding yang beroperasi di kawasan tersebut dan menjadi pesaing langsung, yaitu PT Mitsui Soko Indonesia, Damco (Maersk Group), dan PT Wahana Multi Logistics. Keberadaan sejumlah kompetitor tersebut menunjukkan bahwa kawasan Cilincing merupakan area dengan tingkat persaingan usaha freight forwarding yang tinggi, sehingga setiap perusahaan dituntut terus meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun kepercayaan pelanggan agar mampu bertahan dan bersaing secara berkelanjutan.

PT BSA Logistik merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa freight forwarding dengan jangkauan layanan yang luas, meliputi lima unit bisnis utama, yaitu Forwarding, ICD (Inland Container Depot), Stevedoring, Trucking, dan Warehouse. Jumlah pelanggan PT BSA Logistik menunjukkan tren yang berfluktuasi, yaitu 47 pelanggan pada tahun 2023, menurun menjadi 40 pelanggan pada tahun 2024, dan meningkat menjadi 60 pelanggan pada tahun 2025 (Data Internal PT BSA Logistik, 2025). Namun demikian, peningkatan jumlah pelanggan tersebut tidak sepenuhnya diiringi oleh peningkatan kepuasan pelanggan pada setiap unit bisnis. Hasil survei kepuasan pelanggan internal periode 2023–2025 menunjukkan nilai kepuasan pelanggan pada unit bisnis Forwarding menurun dari 3,9 menjadi 3,7, sedangkan unit bisnis ICD mengalami penurunan paling tajam dari 4,8 pada tahun 2024 menjadi 4,0 pada tahun 2025. Unit bisnis Stevedoring cenderung stagnan di angka 4,1, sementara unit bisnis Trucking dan Warehouse justru menunjukkan perbaikan (Data Internal PT BSA Logistik, 2025).

Permasalahan kualitas pelayanan yang terjadi bersifat multidimensional dan berulang. Fenomena yang paling dominan adalah ketidaktepatan waktu penyediaan armada trucking, yang mencerminkan rendahnya dimensi keandalan (reliability). Selain itu, keterlambatan pembuatan dokumen kepabeanan, khususnya drafting PIB, mencerminkan rendahnya dimensi daya tanggap (responsiveness) dan berpotensi menimbulkan biaya tambahan berupa denda maupun demurrage. Keluhan terkait penanganan kargo yang tidak sesuai standar serta kerusakan unit kendaraan operasional mengindikasikan lemahnya dimensi jaminan (assurance), sedangkan kurangnya kedisiplinan dan profesionalisme petugas di lapangan mencerminkan lemahnya dimensi empati (empathy). Keterbatasan jumlah unit armada yang tersedia turut menunjukkan kendala pada dimensi bukti fisik (tangibles).

Literatur Reviuw

1. Administrasi

Menurut Sondang P. Siagian (2014:13) menyatakan bahwa Administrasi adalah keseluruhan proses pelaksanaan dari keputusan-keputusan yang telah diambil dan pelaksanaan itu pada umumnya dilakukan oleh dua orang manusia atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya

2. Manajemen Pemasaran

American Marketing Association (AMA) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai berikut:´ Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Menurut definisi di atas, dapat dikatakan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu proses yang dimulai dari proses perencanaan, pengarahan, dan pengendalian produk atau jasa, penetapan harga, distribusi, dan Kualitas Pelayanannya dengan tujuan membantu organisasi dalam mencapai sasarannya. (Kotler dan Keller, 2007) dalam kutipan (Selang, n.d. 2013).

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2019:59), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Parasuraman et al. dalam (Hui et al., 2024) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan sebelum menerima layanan dengan persepsi mereka terhadap layanan yang sesungguhnya diterima. Sejalan dengan hal tersebut, Kotler dan Keller dalam (Windayani & Dewi, 2023) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang mampu memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang dinyatakan secara eksplisit maupun tersirat.

4. Kepercayaan

Menurut Jasfar dalam Erlina (2016), kepercayaan merupakan perekat yang memungkinkan suatu pihak untuk mempercayai pihak lain dalam mengorganisir dan menggunakan sumber daya secara efektif guna menciptakan nilai tambah bagi pemangku kepentingan. Selain itu, Elizar et al. (2020) dalam (Barus & Nisa, 2021) mendefinisikan kepercayaan pelanggan sebagai kesediaan seseorang untuk peka terhadap tindakan pihak lain dengan harapan bahwa pihak tersebut akan bertindak sesuai kepentingannya, tanpa bergantung pada kemampuan untuk mengawasi atau mengendalikan pihak tersebut.

5. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam (Murniati & Syafira, 2022), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul dari perbandingan antara kesan atau pengamatan terhadap kinerja produk/jasa dengan harapan yang dimiliki pelanggan. Menurut Tjiptono dalam (Puspita et al., 2023), kepuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual layanan yang diterima, sehingga bukan sekadar penilaian terhadap satu aspek layanan, melainkan akumulasi dari keseluruhan pengalaman pelanggan selama berinteraksi dengan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan aktif yang menggunakan jasa freight forwarding PT BSA Logistik Indonesia, yaitu sebanyak 60 perusahaan. Mengingat jumlah populasi yang relatif kecil, seluruh anggota populasi diikutsertakan sebagai sampel penelitian melalui teknik sampling jenuh (n = N = 60 responden), dengan kriteria responden merupakan pelanggan yang pernah menggunakan jasa PT BSA Logistik Indonesia pada tahun 2025 dan memiliki pengalaman langsung dalam proses pengiriman barang.

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima poin, sedangkan data sekunder diperoleh dari data internal PT BSA Logistik, Data Bridge Market Research,

buku, jurnal ilmiah, serta sumber lain yang relevan. Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program IBM SPSS versi 26 untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan jasa freight forwarding PT BSA Logistik Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Jasa Freight Forwarding PT. BSA Logistik Indonesia

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,476 dengan arah pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,362 lebih besar dari t tabel sebesar 2,002, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H01 ditolak dan Ha1 diterima, yang berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa freight forwarding PT BSA Logistik Indonesia.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,47 yang berada pada kategori baik. Indikator dengan nilai mean tertinggi terdapat pada pernyataan X1.1 sebesar 3,63, yang menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian paling tinggi terhadap ketepatan pelayanan yang diberikan. Sementara itu, indikator dengan nilai mean terendah terdapat pada pernyataan X1.12 mengenai komunikasi petugas sebesar 3,40, yang meskipun masih berada pada kategori baik, mengindikasikan bahwa aspek komunikasi petugas kepada pelanggan masih perlu ditingkatkan agar kualitas layanan dirasakan semakin optimal oleh seluruh pelanggan.

2. Pengaruh Kepercayaan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Jasa Freightb Forwarding PT. BSA Logistik Indonesia

Hasil pengujian hipotesis pada variabel Kepercayaan (X2) menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,624 dengan arah pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Nilai t hitung sebesar 3,067 lebih besar dari t tabel sebesar 2,002, dengan taraf signifikansi sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H02 ditolak dan Ha2 diterima, yang berarti Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa freight forwarding PT BSA Logistik Indonesia**.**

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Kepercayaan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,46 yang berada pada kategori baik. Indikator dengan nilai mean tertinggi terdapat pada pernyataan X2.7 sebesar 3,58, sedangkan indikator dengan nilai mean terendah terdapat pada pernyataan X2.6 sebesar 3,35. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan PT BSA Logistik secara umum telah memberikan penilaian positif terhadap kepercayaan yang dibangun perusahaan, meskipun aspek empati petugas dalam menangani kebutuhan pelanggan masih memiliki ruang untuk diperkuat.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Freight Forwarding di PT. BSA Logistik Indonesia

Berdasarkan Hasil uji regresi linear berganda menghasilkan persamaan regresi Y = 8,050 + 0,476X1 + 0,624X2, yang menunjukkan bahwa peningkatan pada masing-masing variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan Pelanggan. Hasil uji F

menunjukkan nilai F hitung sebesar 21,907 lebih besar dari F tabel sebesar 3,16, dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H03 ditolak dan Ha3 diterima, yang berarti Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa freight forwarding PT BSA Logistik Indonesia.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,435 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara simultan mampu menjelaskan 43,5% variasi Kepuasan Pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 56,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini, seperti harga, ketepatan waktu pengiriman, maupun pengalaman pelanggan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Kepuasan Pelanggan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,53 dengan kategori baik, meskipun indikator Y.8 dan Y.15 mengenai sikap ramah dan sopan petugas masih memperoleh nilai mean terendah sebesar 3,38. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi kualitas pelayanan yang andal dan kepercayaan yang terjaga memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kepuasan pelanggan, namun aspek keramahan dan komunikasi personal petugas tetap perlu menjadi perhatian khusus manajemen PT BSA Logistik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada jasa freight forwarding PT BSA Logistik. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 4,362 lebih besar dari t-tabel sebesar 2,002, dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan PT BSA Logistik, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat tercermin melalui ketepatan pelayanan, kecepatan dalam memberikan respons, kemampuan perusahaan dalam menangani kebutuhan maupun kendala pelanggan, serta komunikasi yang baik selama proses pelayanan freight forwarding.
2. Kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada jasa freight forwarding PT BSA Logistik. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 3,067 lebih besar dari t-tabel sebesar 2,002, dengan tingkat signifikansi 0,003 < 0,05. Dengan demikian, semakin tinggi kepercayaan pelanggan terhadap PT BSA Logistik, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Kepercayaan tersebut dapat terbentuk melalui kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, memberikan informasi yang dapat dipercaya, menangani kebutuhan pelanggan secara bertanggung jawab, serta menjaga hubungan kerja sama dengan pelanggan.
3. Secara simultan, Kualitas Pelayanan (X1) dan Kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada jasa freight forwarding PT BSA Logistik. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F yang menunjukkan bahwa nilai F-hitung sebesar 21,907 lebih besar dari F-tabel sebesar 3,16, dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil koefisien determinasi, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebesar 43,5% variasi Kepuasan Pelanggan, sedangkan sebesar 56,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak- pihak sebagai berikut

1. Berdasarkan hasil penelitian, Kualitas Pelayanan (X1) memberikan sumbangan efektif sebesar 27,2% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Variabel Kualitas Pelayanan memperoleh nilai rata-rata sebesar 3,47 dengan kategori baik. Namun, pernyataan X1.12 mengenai komunikasi petugas memperoleh nilai mean terendah sebesar 3,40. Oleh karena itu, PT BSA Logistik disarankan perlu meningkatkan kualitas komunikasi petugas melalui evaluasi rutin, sehingga informasi yang disampaikan kepada pelanggan senantiasa sesuai dengan kebutuhan mereka.
2. Pada variabel Kepercayaan (X2) memberikan sumbangan efektif sebesar 16,3% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan juga memiliki kontribusi dalam membentuk kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil tanggapan responden, nilai rata-rata variabel Kepercayaan sebesar 3,46, sedangkan indikator dengan nilai mean terendah terdapat pada X2.6 sebesar 3,35. Oleh karena itu, PT BSA Logistik disarankan untuk ogistik disarankan untuk meningkatkan sikap empati petugas dalam melayani pelanggan, misalnya dengan menunjukkan perhatian yang tulus dan menghargai setiap keluhan maupun kebutuhan pelanggan. Selain itu, perusahaan perlu memberikan pelatihan mengenai soft skills dan empati kepada petugas agar pelanggan merasa lebih dihargai dan diperhatikan dalam setiap interaksi pelayanan.
3. pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y), hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3,53 dengan kategori baik. Namun, masih terdapat indikator dengan nilai mean terendah, yaitu Y.8 dan Y.15 yang masing-masing sebesar 3,38. Oleh karena itu, PT BSA Logistik disarankan untuk terus meningkatkan sikap ramah dan sopan dalam setiap interaksi dengan pelanggan melalui pelatihan customer service secara berkala yang menekankan pentingnya sikap profesional dan bersahabat dalam melayani pelanggan. Dan juga mengoptimalkan seluruh saluran komunikasi agar lebih responsive dan mudah di akses pelanggan.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi Kepuasan Pelanggan. Hal ini didasarkan pada hasil koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan mampu menjelaskan 43,5% variasi Kepuasan Pelanggan, sedangkan 56,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2019). Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik (Rev. ed.). Rineka Cipta.

Barus, A. C. B., & Nisa, P. C. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. 32(3), 167–186.

Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26 (Edisi 10). Semarang: Universitas Diponegoro Publishing.

Murniati, N., & Syafira, B. N. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan jasa forwarding pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara. Jurnal Administrasi Bisnis, 2(3), 412–423.

Rohman, S., & Abdul, F. W. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express di Masa Pandemi Covid-19. 5(1), 73–85.

Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Windayani, F., & Dewi, P. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di PT. Riksa Mandiri Pratama/PT Riksa Logistics). 10(2), 123–134

Yulianti, F. (2017). Analisis Faktor-Faktor Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Eksportir Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Freight Forwarding PT. Phoenix International Cabang Semarang.

Yuniar, A., & Shafariah, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Forwarding Pada PT. Andalas Mega Utama Jakarta Utara. Jurnal Administrasi Bisnis, 2(3), 412–423.

Yunus, M., & Tobing, F. (2025). Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa JNE Express. 5(2), 370–379. https://doi.org/10.34007/ebmsj.v5i2.840

Website

Data Bridge Market Research. (2023).Global Freight Forwarding Market. https://www.databridgemarketresearch.com/reports/global-freight-forwarding-market