



Peran Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Harga dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT Era Express

Aang Syahdina^{1*}, Andi Muhammad Alfaridzi², Erin Taula Amara³, Ni Made Arnanda Sari⁴, Nur Safitri⁵, Muhammad Fadil Suhali⁶

^{1,2,3,4,5,6}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Y.A.I

E-mail: aangsyaahdina@ymail.com

Received: 31-05-2025 Revised : 17-07-2025 Accepted : 24-07-2025 Published : 20-05-2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Era Express. Kajian ini didasari oleh teori-teori yang relevan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei, di mana data primer dikumpulkan melalui kuesioner Google Form yang disebarkan kepada pelanggan PT Era Express. Sebanyak 100 responden dipilih menggunakan teknik probability sampling. Keunikan (novelty) dari penelitian ini terletak pada penggunaan aplikasi SmartPLS 4.1 dalam analisis Structural Equation Modeling (SEM), berbeda dari penelitian terdahulu yang umumnya menggunakan SPSS. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kepercayaan dan harga memberikan pengaruh positif. Implikasi dari penelitian ini bagi pemilik usaha adalah PT Era Express perlu meningkatkan kecepatan, efisiensi, dan ketepatan dalam layanannya agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan secara optimal. Kepercayaan pelanggan harus dijaga melalui layanan yang konsisten, transparan, dan responsif, sehingga menciptakan pengalaman yang andal dan memuaskan. Selain itu, harga memainkan peran penting dalam keputusan pelanggan, sehingga PT Era Express harus memastikan bahwa tarif yang ditawarkan sebanding dengan kualitas layanan yang diberikan, memberikan nilai terbaik bagi pelanggan.

Kata kunci: Kualitas layanan, Kepercayaan, Harga, Kepuasan Pelanggan, SmartPLS

Abstract

This study aims to analyze the influence of service quality, trust, and price on customer satisfaction at PT Era Express. The study is grounded in relevant theories concerning the factors that affect customer satisfaction. A quantitative method with a survey approach was employed, in which primary data were collected through a Google Form questionnaire distributed to PT Era Express customers. A total of 100 respondents were selected using a probability sampling technique. The novelty of this research lies in the use of the SmartPLS 4.1 application for Structural Equation Modeling (SEM) analysis, differing from previous studies that generally used SPSS. The hypothesis test results show that service quality has a negative influence on customer satisfaction, while trust and price have a positive influence. The implication for business owners is that PT Era Express needs to improve the speed, efficiency, and accuracy of its services to meet customer expectations optimally. Customer trust must be maintained through consistent, transparent, and responsive service, creating a reliable and satisfying experience. Additionally, price plays a crucial role in customer decisions, so PT Era Express must ensure that the rates offered are proportional to the quality of service delivered, providing the best value to customers.

Keywords: Service Quality, Trust, Price, Customer Satisfaction, SmartPLS

Pendahuluan

Pada lingkup bisnis, pelanggan sangat penting untuk mencapai keberhasilan karena mereka adalah pengguna produk atau jasa. Munculnya bisnis online telah meningkatkan

transaksi dan pengiriman barang secara online, membuat konsumen beralih ke metode belanja online yang menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam proses transaksi. Hal ini juga menyebabkan peningkatan kebutuhan jasa pengiriman barang, dengan banyak pilihan seperti JNE, TIKI, Pos Indonesia, J&T, dan Ninja Express, serta perusahaan internasional seperti FedEx dan DHL. Persaingan di sektor jasa pengiriman semakin ketat, sehingga produsen perlu memberikan pelayanan terbaik untuk memenuhi harapan pelanggan.

ERA Express adalah salah satu perusahaan jasa pengiriman asal Indonesia yang melayani pengiriman domestik dan internasional. Perusahaan ini telah berdiri sejak 2012 dan bergerak di bidang logistik dan distribusi. ERA Express menyediakan layanan seperti transportasi darat, pengiriman udara, dan laut, serta telah menerapkan sistem manajemen mutu untuk meningkatkan layanan. Data penjualan ERA Express pada tahun 2024 menunjukkan fluktuasi yang dipengaruhi oleh kualitas layanan, kepercayaan pelanggan, dan harga. Kualitas layanan yang tidak konsisten dapat memengaruhi loyalitas pelanggan, sementara kepercayaan yang menurun dan harga yang tidak sesuai dapat mengurangi penjualan.

Kualitas layanan dan ketepatan pengiriman sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan keuntungan perusahaan. Pelayanan yang baik, seperti sistem pengemasan andal dan pelacakan real-time, penting untuk meningkatkan kepuasan. Namun, kendala dalam pelayanan, seperti keterlambatan pengiriman akibat cuaca atau kesalahan alamat, juga dapat menurunkan kepuasan pelanggan.

Dalam Satryawati (2018), kepercayaan konsumen mencerminkan kepuasan mereka terhadap barang atau jasa setelah menggunakannya. Kepercayaan pelanggan pada PT Era Express berkaitan dengan kesediaan mereka mengambil risiko demi mendapatkan nilai yang diharapkan. Kepercayaan ini pada perusahaan adalah pada janji yang bisa dipenuhi, didukung oleh komitmen semua karyawan untuk memenuhi janji tersebut. Observasi menunjukkan bahwa ada kejadian yang menurunkan kepercayaan pelanggan, seperti keterlambatan pengiriman dan kerusakan barang. Penurunan penjualan juga mencerminkan masalah kepercayaan, sementara peningkatan penjualan menunjukkan kepercayaan yang terjaga.

Selain kepercayaan dan kualitas layanan, kepuasan pelanggan dipengaruhi pula oleh harga. Mardia et al dalam Hanasui (2024) menyatakan harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Peneliti membandingkan ongkos kirim antara ekspedisi Wahana, J&T, dan Era Express dari Jakarta ke 5 kota besar di Indonesia. Wahana menawarkan tarif terendah, sedangkan Era Express memiliki tarif tertinggi. Perbedaan harga ini mempengaruhi keputusan pelanggan, terutama yang sensitif terhadap harga. Permasalahan terkait variabel harga juga terjadi di PT Era Express. Ketidakkonsistenan harga dapat membuat pelanggan merasa tidak puas, terutama jika harga lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing yang memberikan kualitas setara. Pelanggan cenderung membandingkan harga yang dibayar dengan kualitas layanan yang diterima, dan ketidaksesuaian antara harga dan kualitas dapat memengaruhi kepuasan.

Metode

Metode penelitian merupakan pendekatan ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data dalam rangka mencapai tujuan tertentu, dengan memperhatikan empat komponen utama: cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Proses ini dimulai dari perumusan masalah dan hipotesis, dilanjutkan dengan pengumpulan dan analisis data untuk menarik kesimpulan yang valid. Mengacu pada pendapat Sugiyono (2019), metode penelitian mencakup prosedur, teknik, dan alat yang harus sesuai dengan desain penelitian. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer berupa kuesioner dan data sekunder

dari dokumen terkait. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT Era Express, sedangkan sampel berjumlah 100 responden yang diambil melalui teknik *simple random sampling* berdasarkan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data melibatkan kuesioner tertutup berskala Likert dan observasi lapangan untuk menangkap persepsi responden terhadap variabel Kualitas Layanan (X1), Kepercayaan Konsumen (X2), Harga (X3), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Data dianalisis dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.1. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data berdasarkan nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi. Skala Likert dalam kuesioner diberi skor dari 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju). Model pengukuran (outer model) diuji melalui validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability, yang masing-masing harus di atas 0,70. Model struktural (inner model) dievaluasi melalui uji R-square, F-square, dan *path coefficient* yang mencerminkan kekuatan dan arah hubungan antar variabel. Nilai R-square menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara moderat hingga kuat, sedangkan nilai F-square mengukur besar pengaruh masing-masing variabel. Koefisien jalur diperoleh melalui teknik bootstrapping untuk menguji hipotesis dan mengetahui signifikansi hubungan antar variabel. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepercayaan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas layanan meskipun berpengaruh positif, tidak signifikan secara statistik. Hal ini terlihat dari nilai T-statistik dan P-value yang menjadi dasar penarikan kesimpulan. Teknik analisis data digunakan untuk menyusun, mengorganisir, dan menginterpretasi data secara sistematis agar dapat memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang diteliti. Penggunaan SmartPLS memungkinkan pengujian simultan antara model pengukuran dan model struktural, memberikan gambaran utuh tentang validitas, reliabilitas, serta kekuatan hubungan antar variabel. Dengan demikian, metode yang digunakan dalam penelitian ini mampu menghasilkan data yang akurat dan relevan untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis bukti empiris dalam pengelolaan kepuasan pelanggan di sektor jasa logistik.

Hasil dan Pembahasan

Dekriptif Karakteristik Responden

Hasil penelitian ini berasal dari pelanggan PT Era Express, yang merupakan perusahaan swasta Indonesia yang mengkhususkan diri dalam manajemen pengiriman barang. Berdiri sejak 2012, PT Era Express melayani Inland Transport, Airfreight, Seafreight, serta Ekspor dan Impor. Data dikumpulkan melalui kuesioner online berisi pertanyaan tentang Kualitas Layanan, Kepercayaan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan. Penelitian melibatkan 100 responden dari populasi 18.250 orang dengan metode *simple random sampling*. Responden memberi skor dari 1 hingga 5 untuk variabel yang diteliti.

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	44	44%
Perempuan	56	56%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 01, dari 100 responden, mayoritas berjenis kelamin laki-laki

sebanyak 44 orang (44%), sedangkan perempuan berjumlah 56 orang (56%)

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase (%)
15-25 Tahun	40	40%
26-35 Tahun	25	25%
36-45 Tahun	20	20%
<45 Tahun	15	15%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 2, dari 100 responden, mayoritas berusia 15-25 tahun sebanyak 40 orang (40%), usia 26-35 tahun sebanyak 25 orang (25%), usia 36-45 tahun sebanyak 20 orang (20%), dan usia di atas 45 tahun sebanyak 15 orang (15%).

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian Jasa

Jumlah Pemakaian Jasa	Frekuensi	Persentase (%)
1-5 kali	53	53%
6-10 kali	27	27%
11-15 kali	15	15%
<15 kali	5	5%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 2, dari 100 responden, mayoritas telah melakukan pembelian sebanyak 1-5 kali yaitu 53 orang (53%), sebanyak 6-10 kali yaitu 27 orang (27%), sebanyak 11-15 kali yaitu 15 orang (15%), dan tidak ada yang melakukan pembelian lebih dari 15 kali yaitu 5 orang (5%).

Deskriptif Tanggapan Responden

Penelitian ini menggunakan skala 1 – 5 untuk memudahkan responden menjawab kuesioner. Skala tersebut terdiri dari: (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral, (4) Setuju, (5) Sangat Setuju. Berikut adalah tanggapan responden mengenai Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT Era Express. Tanggapan Responden pada Kepuasan pelanggan.

1) Tanggapan Responden pada kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil survei terhadap pelanggan PT Era Express, mayoritas pelanggan (43%) menyatakan puas dengan pengalaman menggunakan jasa pengiriman. Rata-rata terbanyak pada skala "Sangat Setuju" (SS) sebanyak 41%, dan terendah pada skala "Sangat Tidak Setuju" (STS) sebanyak 1%.

2) Tanggapan Responden pada kualitas layanan

Berdasarkan survei terhadap pelanggan PT Era Express tentang kualitas layanan, sebagian besar responden setuju dengan layanan yang diberikan. 45% setuju, 44% sangat setuju, 0% sangat tidak setuju, 1% tidak setuju, dan 9% netral.

3) Tanggapan Responden pada Kepercayaan

Berdasarkan survei terhadap pelanggan PT Era Express, mayoritas responden

menunjukkan kepercayaan dengan 45% setuju dan 44% sangat setuju. Rata-rata terendah adalah 0% sangat tidak setuju, 1% tidak setuju, dan 9% netral.

4) Tanggapan Responden pada Harga

Berdasarkan survei pelanggan PT Era Express, mayoritas responden setuju dengan kualitas layanan yang diberikan. 47% sangat setuju, 43% puas dengan harga, dan 0% sangat tidak setuju. 1% tidak setuju dan 8% netral.

Analisis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Modelling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak yaitu Smart PLS versi 4.1 untuk menganalisis data yang dikumpulkan. Structural Equation Modelling (SEM) merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk menguji model hubungan antar variabel. Dalam SEM, terdapat dua pengujian penting yang dilakukan yaitu analisis model pengukuran (outer model) dan analisis model struktural (inner model).

Uji Model Outer (Model Pengukuran)

Hasil akhir dari outer loading menunjukkan bahwa semua indikator valid karena berada di atas 0. 70, dan beberapa indikator yang tidak valid telah dihapus. AVE adalah cara untuk menilai validitas konvergen, dan semua nilai AVE lebih dari 0. 5, menandakan bahwa setiap konstruk memiliki validitas konvergen yang baik.

Tabel 4. Outer Model

Kepuasan Pelanggan	0,565	Valid
Kualitas Layanan	0,693	Valid
Kepercayaan	0,628	Valid
Harga	0,720	Valid

Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan adalah koefisien yang menunjukkan seberapa besar variabel laten atau konstruk berbeda dan unik. Ini mengindikasikan bahwa suatu variabel berbeda dan memiliki keunikan dibanding variabel lain. Dalam penelitian, uji validitas diskriminan menilai ketepatan alat ukur. Dua instrumen berbeda yang mengukur konstruk tidak berkorelasi menghasilkan skor tidak berkorelasi. Pendekatan cross-loadings membandingkan nilai loading faktor indikator antara struktur yang diukur dan struktur lain. Konstruksi dengan nilai loading faktor lebih tinggi menunjukkan validitas diskriminan yang baik.

Tabel 5. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0,808	0,866	Reliabel
Kualitas Layanan	0,911	0,931	Reliabel
Kepercayaan	0,882	0,910	Reliabel
Harga	0,901	0,928	Reliabel

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Kepuasan Pelanggan adalah 0. 808 dan Composite Reliability 0. 866, menunjukkan

reliabilitas internal yang baik. Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Kualitas Layanan adalah 0.911 dan Composite Reliability 0.931, juga menunjukkan reliabilitas yang baik. Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Kepercayaan adalah 0.882 dan Composite Reliability 0.910, menunjukkan konsistensi yang baik. Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Harga adalah 0.901 dan Composite Reliability 0.928, menandakan reliabilitas internal yang baik.

Uji Model Inner (Model Struktural)

Tabel 6. Evaluasi Model R-Square

	R-Square	R-Square Adjusted
Kepuasan Pelanggan	0,721	0,712

Nilai R-Square (R^2) sebesar 0,721 menunjukkan bahwa 72,1% dari perubahan dalam konstruk endogen dipengaruhi oleh konstruk eksogen. Berdasarkan prediksi model menurut Hair et al (2017), nilai R^2 ini masuk kategori kuat. Adjusted R-Square (Adjusted R^2) sebesar 0,712 menunjukkan penyesuaian yang masih membuat sekitar 71,2% perubahan konstruk endogen terpengaruh. Penurunan kecil dari R^2 ke Adjusted R^2 menunjukkan penambahan konstruk eksogen tidak berlebihan dan memiliki kontribusi signifikan. Model ini kuat dan efisien serta tidak overfitted.

Tabel 7. Evaluasi Model F-Square

	F-Square
Kualitas Layanan -> Kepuasan Pelanggan	0,000
Kepercayaan -> Kepuasan Pelanggan	0,300
Harga -> Kepuasan Pelanggan	0,082

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa:

- 0,000 dari Kualitas Layanan memiliki efek yang kecil terhadap kepuasan pelanggan
- 0,300 dari kepercayaan memiliki efek yang besar terhadap keputusan pembelian
- 0,082 dari Harga memiliki efek yang kecil terhadap kepuasan pelanggan

Tabel 8. Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P/Values
Kualitas Layanan -> Kepuasan Pelanggan	0.022	0.016	0.137	0.158	0.874
Kepercayaan -> Kepuasan Pelanggan	0.597	0.612	0.126	4.748	0.000
Harga -> Kepuasan Pelanggan	0.762	0.261	0.104	2.612	0.009

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, ditemukan bahwa:

- 1) Kualitas Layanan (X_1) memiliki T-Statistik 0,158 < 1,96 dan P-Value 0,874 > 0,05, yang menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- 2) Kepercayaan (X_2) memiliki T-Statistik 4,748 > 1,96 dan P-Value 0,000 < 0,05, yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan.

3) Harga (X3) memiliki T-Statistik 2,612 > 1,96 dan P-Value 0,009 < 0,05, yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan.

Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pelanggan PT Era Express menggunakan analisis SmartPLS 4.1.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT Era Express tidak berpengaruh signifikan. Hasil analisis menunjukkan P-Value 0,874 dan T-Statistik 4,748, menolak hipotesis bahwa Kualitas Layanan tidak memengaruhi Kepuasan Pelanggan. Temuan ini bertolak belakang dengan studi yang dilakukan oleh Ismail & Yusuf (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Menunjukkan bahwa Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Era Express. Hasil analisis menunjukkan P-Value 0,000 dan T-Statistik 4,748, mendukung hipotesis bahwa Kepercayaan memengaruhi Kepuasan Pelanggan. Lebih dari 50% responden setuju bahwa PT Era Express konsisten dalam memberikan layanan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cahyono & Fahmi (2022) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan,

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Analisis menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Era Express, dengan P-Value 0,009 yang kurang dari 0,05 dan T-Statistik 2,612 yang lebih dari 1,96, sehingga hipotesis diterima. Hasil analisis deskriptif terhadap 100 responden menunjukkan 53% menyatakan "Sangat Setuju" bahwa harga sebanding dengan kualitas layanan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wijaya et al. (2023) sebelumnya yang juga menunjukkan pengaruh positif harga terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

Penelitian mengenai pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan PT Era Express menghasilkan beberapa temuan penting. Pertama, variabel Kualitas Layanan (X1) ternyata tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai T-statistik sebesar 0,158. Meskipun 47% responden menyatakan setuju bahwa layanan yang diberikan PT Era Express tergolong cepat dan efisien, kenyataannya hal tersebut belum mampu memberikan kontribusi berarti terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Kedua, variabel Kepercayaan (X2) menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan T-statistik sebesar 4,748. Sebanyak 51% responden menyatakan bahwa perusahaan konsisten dalam memenuhi janji layanan yang telah disampaikan, dan hal ini berdampak langsung pada meningkatnya rasa puas konsumen terhadap layanan yang diberikan. Ketiga, variabel Harga (X3) juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, ditunjukkan oleh nilai T-statistik sebesar 2,612. Sebanyak 53% responden menyatakan setuju bahwa harga layanan yang ditawarkan sebanding dengan kualitas yang diterima, mencerminkan bahwa aspek harga menjadi salah satu pertimbangan penting dalam menilai tingkat kepuasan.

Berdasarkan hasil temuan tersebut, peneliti memberikan beberapa saran. Untuk pihak perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan penting dalam mengevaluasi dan mengembangkan strategi yang berkaitan dengan kualitas layanan, kepercayaan, dan harga. PT Era Express perlu fokus pada peningkatan mutu layanan secara menyeluruh, mempertahankan konsistensi dalam pelayanan guna menjaga kepercayaan pelanggan, serta menyusun kebijakan harga yang lebih fleksibel dan sesuai dengan segmen pasar yang dilayani. Bagi peneliti selanjutnya, hasil ini membuka peluang untuk menggali variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, terutama dengan memperhatikan faktor-faktor demografis atau psikografis yang dapat memperkaya pemahaman tentang perilaku konsumen. Terakhir, secara umum, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur mengenai kepuasan pelanggan di sektor jasa pengiriman. Temuan ini dapat dimanfaatkan oleh masyarakat luas sebagai landasan dalam mengambil keputusan yang lebih cermat dan rasional dalam memilih layanan ekspedisi, terutama dalam konteks persaingan antar penyedia jasa yang semakin ketat.

Daftar Pustaka

- Cahyono, N. E., & Fahmi, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Loyalitas Konsumen (Pengguna Platform Aplikasi Marketplace di Kota Malang). *Jemba: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4), 503-516.
- Hanasui, A. (2024). Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 45-56.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kantor indihome gegerkalong di kota bandung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 413-423.
- Mahastri, D., Handayani, S., & Prasetyo, A. (2022). *Metodologi Penelitian: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Andi.
- Mardia, K.V., Kent, J.T., & Bibby, J.M. (1979). *Multivariate Analysis*. London: Academic Press.U
- Mowen, J.C. & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Satryawati, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 22-31.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wijaya, W. R., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran ABC Di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 1(3), 133-142.