

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ekspedisi

Rani Kusuma Anggraeni^{1*}, Vigilia Konda Montolalu²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Indonesia

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka, Tangerang Selatan, Indonesia

*Korespondensi: 048313369@ecampus.ut.ac.id

ABSTRAK

Pertumbuhan e-commerce mendorong lonjakan penggunaan jasa ekspedisi, namun keluhan pelanggan terkait keterlambatan, kerusakan paket, dan kurang profesionalnya petugas masih menjadi persoalan nyata, termasuk di Kabupaten Trenggalek. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa ekspedisi di Kabupaten Trenggalek. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal. Sampel berjumlah 100 responden dipilih melalui purposive sampling dari pengguna J&T Express, JNE, Shopee Express, Sicepat, dan POS Indonesia. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring berskala Likert 5 poin. Kualitas pelayanan diukur berdasarkan lima dimensi SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988) meliputi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, sedangkan kepuasan pelanggan diukur berdasarkan indikator Tjiptono (2019). Seluruh instrumen valid dan reliabel, serta model regresi memenuhi uji asumsi klasik. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ($t = 10,840$; $\text{sig.} < 0,001$; $R^2 = 0,545$). Dimensi assurance memperoleh penilaian tertinggi, sedangkan empathy masih perlu ditingkatkan, terutama pada aspek perhatian personal petugas kepada konsumen.

Kata Kunci: *kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, jasa ekspedisi, SERVQUAL, regresi linear sederhana*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan e-commerce di Indonesia berlangsung dengan cepat dan mendorong lonjakan permintaan jasa pengiriman barang ke seluruh penjuru wilayah. Data e-Conomy SEA (2024) memproyeksikan nilai ekonomi digital Indonesia mencapai \$150 miliar pada tahun 2030, dengan sektor e-commerce sebagai penyumbang terbesar. Kondisi ini secara langsung meningkatkan volume penggunaan jasa ekspedisi, sehingga perusahaan ekspedisi dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya agar mampu bersaing di tengah pasar yang semakin kompetitif.

Kabupaten Trenggalek dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu daerah di Jawa Timur yang mengalami pertumbuhan transaksi daring yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Sebagai daerah dengan karakteristik geografis yang beragam, mulai dari wilayah perkotaan hingga pedesaan dan pegunungan, layanan ekspedisi di Kabupaten Trenggalek menghadapi tantangan tersendiri dalam menjamin ketepatan waktu dan kualitas pengiriman (Egim & Silalahi, 2023; Winarni, 2024). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan perusahaan ekspedisi di wilayah

Kabupaten Trenggalek, sehingga hasilnya dapat memberikan gambaran yang kontekstual dan relevan bagi pengembangan kualitas layanan di daerah tersebut.

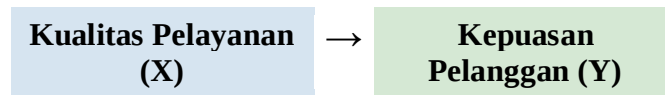
Meski pertumbuhannya pesat, keluhan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa ekspedisi masih menjadi persoalan yang belum sepenuhnya terselesaikan. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) secara konsisten mencatat jasa ekspedisi sebagai salah satu sektor dengan aduan terbanyak. Keluhan yang paling sering dilaporkan mencakup keterlambatan pengiriman, kerusakan atau kehilangan paket, serta sikap petugas yang dianggap kurang profesional. Kondisi tersebut mengindikasikan masih adanya kesenjangan yang cukup nyata antara harapan pelanggan dan kenyataan layanan yang mereka terima.

Kepuasan pelanggan dipahami sebagai kondisi psikologis yang timbul dari perbandingan antara persepsi kinerja jasa yang diterima dengan harapan sebelumnya (Tjiptono, 2019; Tjiptono & Chandra, 2021). Dalam konteks jasa ekspedisi, kepuasan pelanggan dapat diukur melalui tiga indikator utama, yaitu kesesuaian layanan yang diterima dengan harapan awal, kecenderungan untuk menggunakan kembali layanan yang sama, serta kesediaan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan layanan yang mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan (Tjiptono, 2019). Parasuraman et al. (1988) mengembangkan model SERVQUAL sebagai kerangka pengukuran kualitas pelayanan yang terdiri atas lima dimensi: Tangibles (bukti fisik), Reliability (keandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), dan Empathy (empati). Kelima dimensi tersebut telah terbukti secara luas menjadi indikator yang andal dalam mengukur kualitas pelayanan di berbagai sektor jasa, termasuk industri ekspedisi.

Sejumlah penelitian terdahulu mendukung hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Genangku & Sabariah (2023) serta Artati & Ernawati (2022) menemukan pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa ekspedisi. Widyantara et al. (2026) mempertegas temuan serupa pada J&T Cargo, dan Fikih et al. (2025) pada Shopee Express. Ramadhani (2025) juga membuktikan pengaruh positif kualitas layanan pada kepuasan pelanggan J&T di Lamongan, sementara Yunus & Tobing (2025) memperoleh temuan serupa pada JNE Express. Namun, Daulay et al. (2025) mencatat bahwa dampaknya tidak selalu seragam di berbagai wilayah dan segmen pelanggan, sehingga penelitian kontekstual di daerah tertentu tetap relevan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa ekspedisi di Kabupaten Trenggalek.

Kerangka konseptual penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

H₁: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa ekspedisi.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal, yaitu penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) (Sugiyono, 2022). Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan jasa ekspedisi di Kabupaten Trenggalek. Mengingat jumlah populasi tidak dapat diketahui secara pasti, ukuran sampel ditetapkan menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95%, sehingga diperoleh minimal 96 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria responden pernah menggunakan jasa ekspedisi minimal dua kali dalam enam bulan terakhir.

Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur dengan skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju; 5 = Sangat Setuju). Variabel kualitas pelayanan diukur menggunakan 10 item pertanyaan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, sedangkan kepuasan pelanggan diukur dengan 5 item berdasarkan indikator Tjiptono (2019), sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring berbasis Google Form yang disebarakan kepada pengguna jasa ekspedisi di Kabupaten Trenggalek.

Analisis data dilakukan melalui empat tahap. Pertama, analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban. Kedua, uji instrumen meliputi uji validitas dengan korelasi Pearson ($r\text{-tabel} = 0,197$; $df = 98$; $\alpha = 5\%$) dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha (nilai minimal 0,70). Ketiga, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas (metode Glejser). Keempat, analisis regresi linear sederhana dengan persamaan $Y = a + bX + e$, uji t, uji F pada $\alpha = 0,05$, serta koefisien determinasi (R^2). Seluruh proses analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics.

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Jenis	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X)	Independen	Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy (Parasuraman et al., 1988)	Likert 1–5
Kepuasan Pelanggan (Y)	Dependen	Kesesuaian harapan, minat menggunakan kembali, kesediaan merekomendasikan (Tjiptono, 2019)	Likert 1–5

Sumber: Parasuraman et al. (1988); Tjiptono (2019), diolah peneliti.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Karakteristik Responden

Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Trenggalek dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna jasa ekspedisi. Data yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi kriteria seleksi berjumlah 100 responden.

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	38	38,00%
2	Perempuan	62	62,00%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 2, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 62 orang (62,00%), sedangkan laki-laki sebanyak 38 orang (38,00%). Dominasi responden perempuan berkaitan dengan intensitas belanja daring yang lebih tinggi di kalangan perempuan, yang meningkatkan frekuensi penggunaan layanan ekspedisi.

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No.	Rentang Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	17 – 25 tahun	46	46,00%
2	26 – 35 tahun	42	42,00%
3	> 35 tahun	12	12,00%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 3, kelompok usia 17–25 tahun mendominasi dengan 46 responden (46,00%), diikuti 26–35 tahun sebanyak 42 responden (42,00%), dan di atas 35 tahun sebanyak 12 responden (12,00%). Pengguna jasa ekspedisi mayoritas merupakan generasi muda dan produktif yang aktif dalam kegiatan transaksi daring.

Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Ekspedisi yang Digunakan

No.	Ekspedisi	Frekuensi	Persentase (%)
1	J&T Express	37	37,00%
2	JNE	28	28,00%
3	Shopee Express	19	19,00%
4	Sicepat	8	8,00%
5	POS Indonesia	8	8,00%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4, J&T Express menjadi ekspedisi paling banyak digunakan (37%), disusul JNE (28%), Shopee Express (19%), serta Sicepat dan POS Indonesia masing-masing (8%). Dominasi J&T Express dan JNE mencerminkan kepercayaan masyarakat Trenggalek terhadap kedua layanan ekspedisi nasional tersebut.

Tabel 5. Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan (6 Bulan Terakhir)

No.	Frekuensi Penggunaan	Jumlah	Persentase (%)
1	2 – 5 kali	49	49,00%
2	6 – 10 kali	35	35,00%
3	> 10 kali	16	16,00%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 5, sebagian besar responden menggunakan jasa ekspedisi 2-5 kali (49,00%) dalam enam bulan terakhir, diikuti 6-10 kali (35,00%), dan lebih dari 10 kali (16,00%). Tingginya frekuensi penggunaan menandakan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup untuk menilai kualitas pelayanan secara objektif.

Analisis Deskriptif

Kategorisasi nilai mean menggunakan rentang skala Likert: 1,00-1,80 (Tidak Baik), 1,81-2,60 (Kurang Baik), 2,61-3,40 (Cukup Baik), 3,41-4,20 (Baik), dan 4,21-5,00 (Sangat Baik).

Tabel 6. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Item	STS/1	TS/2	N/3	S/4	SS/5	Mean	Kategori
X1	2 (2%)	3 (3%)	11 (11%)	32 (32%)	52 (52%)	4,29	Sangat Baik
X2	1 (1%)	4 (4%)	10 (10%)	41 (41%)	44 (44%)	4,23	Sangat Baik
X3	1 (1%)	4 (4%)	10 (10%)	36 (36%)	49 (49%)	4,28	Sangat Baik
X4	1 (1%)	4 (4%)	9 (9%)	35 (35%)	51 (51%)	4,31	Sangat Baik
X5	2 (2%)	4 (4%)	9 (9%)	40 (40%)	45 (45%)	4,22	Sangat Baik
X6	2 (2%)	2 (2%)	13 (13%)	44 (44%)	39 (39%)	4,16	Baik
X7	2 (2%)	4 (4%)	8 (8%)	42 (42%)	44 (44%)	4,22	Sangat Baik
X8	2 (2%)	2 (2%)	12 (12%)	43 (43%)	41 (41%)	4,19	Baik
X9	1 (1%)	4 (4%)	10 (10%)	40 (40%)	45 (45%)	4,24	Sangat Baik
X10	2 (2%)	4 (4%)	11 (11%)	43 (43%)	40 (40%)	4,15	Baik

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 6, seluruh item kualitas pelayanan berada pada kategori baik hingga sangat baik dengan rentang mean 4,15-4,31. Item X4 (jaminan keamanan paket) memiliki mean tertinggi sebesar 4,31, sedangkan item X10 (perhatian personal petugas) memiliki mean terendah sebesar 4,15 namun tetap berkategori baik. Rata-rata keseluruhan sebesar 4,229 yang termasuk kategori sangat baik.

Tabel 7. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Item	STS/1	TS/2	N/3	S/4	SS/5	Mean	Kategori
Y1	2 (2%)	3 (3%)	14 (14%)	42 (42%)	39 (39%)	4,13	Baik
Y2	2 (2%)	3 (3%)	10 (10%)	32 (32%)	53 (53%)	4,31	Sangat Baik
Y3	2 (2%)	2 (2%)	14 (14%)	33 (33%)	49 (49%)	4,25	Sangat Baik
Y4	1 (1%)	2 (2%)	12 (12%)	43 (43%)	42 (42%)	4,23	Sangat Baik
Y5	2 (2%)	4 (4%)	9 (9%)	44 (44%)	41 (41%)	4,18	Baik

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 7, seluruh item kepuasan pelanggan memiliki nilai mean di atas 4,00. Item Y2 (minat menggunakan kembali) memperoleh mean tertinggi sebesar 4,31 (sangat baik), sedangkan Y1 (kesesuaian harapan) terendah sebesar 4,13 (baik). Rata-rata per item sebesar 4,220 berkategori sangat baik, menunjukkan bahwa responden secara umum merasa puas terhadap layanan ekspedisi yang mereka gunakan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Item	r hitung	r table	Sig.	Keterangan
X1	0,597	0,197	<0,001	Valid
X2	0,622	0,197	<0,001	Valid
X3	0,608	0,197	<0,001	Valid
X4	0,590	0,197	<0,001	Valid
X5	0,619	0,197	<0,001	Valid
X6	0,524	0,197	<0,001	Valid
X7	0,584	0,197	<0,001	Valid
X8	0,624	0,197	<0,001	Valid
X9	0,541	0,197	<0,001	Valid
X10	0,589	0,197	<0,001	Valid

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Item	r hitung	r table	Sig.	Keterangan
Y1	0,713	0,197	<0,001	Valid
Y2	0,704	0,197	<0,001	Valid
Y3	0,723	0,197	<0,001	Valid
Y4	0,720	0,197	<0,001	Valid
Y5	0,769	0,197	<0,001	Valid

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Uji validitas menggunakan korelasi Pearson dengan $r\text{-tabel} = 0,197$ ($df = 98$; $\alpha = 5\%$). Seluruh item X1-X10 menghasilkan r-hitung antara 0,524-0,624, dan seluruh item Y1-Y5

menghasilkan r-hitung antara 0,704-0,769. Semua nilai r-hitung berada di atas r-tabel dengan signifikansi $< 0,001$, sehingga seluruh instrumen dinyatakan valid.

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Standar	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,792	10	0,70	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,774	5	0,70	Reliabel

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach Alpha variabel kualitas pelayanan sebesar 0,792 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,774. Kedua nilai tersebut di atas standar 0,70, sehingga instrumen dinyatakan reliabel dan memiliki konsistensi internal yang memadai untuk pengujian hipotesis.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov menghasilkan Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,094 dan Monte Carlo Sig. = 0,098. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga residual dinyatakan berdistribusi normal dan didukung grafik Normal P-P Plot yang menunjukkan titik-titik residual mengikuti garis diagonal secara konsisten.

Tabel 11. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.18037293
Most Extreme Differences	Absolute		.082
	Positive		.055
	Negative		-.082
Test Statistic			.082
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.094
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.098
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.090
		Upper Bound	.106

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 329836257.

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Uji linearitas menghasilkan nilai Deviation from Linearity sebesar 0,502 ($> 0,05$), yang berarti hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan bersifat linear.

Tabel 12. Hasil Uji Linearitas

Sumber Variasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	658,367	21	31,351	6,493	$<0,001$

Sumber Variasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Linearity	564,351	1	564,351	116,876	<0,001
Deviation from Linearity	94,016	20	4,701	0,974	0,502
Within Groups	376,633	78	4,829		
Total	1.035,000	99			

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser menghasilkan nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,079 ($> 0,05$), sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model. Dengan terpenuhinya seluruh asumsi klasik, model regresi layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Tabel 13. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	3,582	1,037		3,454	<,001
KUALITAS PELAYANAN	-,043	,024	-,177	-1,776	,079

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 14. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	1,839	1,790	—	1,027	0,307
Kualitas Pelayanan (X)	0,455	0,042	0,738	10,840	<0,001

Ket: $R = 0,738$; $R^2 = 0,545$; $Adjusted R^2 = 0,541$; $F\text{-hitung} = 117,511$; $Sig. F < 0,001$. Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Berdasarkan Tabel 14, persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 1,839 + 0,455X$. Nilai konstanta sebesar 1,839 menunjukkan besarnya kepuasan pelanggan apabila kualitas pelayanan bernilai nol. Koefisien regresi sebesar 0,455 bermakna bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,455 satuan, dengan asumsi faktor lain konstan.

Uji Hipotesis

Tabel 15. Hasil Uji t

Variabel	B	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,455	0,042	0,738	10,840	<0,001	Signifikan

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Uji t menghasilkan nilai t-hitung sebesar 10,840 dengan signifikansi $< 0,001$. Karena nilai signifikansi jauh di bawah 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga hipotesis penelitian (H_1) diterima.

Tabel 16. Hasil Uji F (ANOVA)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F hitung	Sig.	Keterangan
Regression	564,351	1	564,351	117,511	<0,001	Signifikan
Residual	470,649	98	4,803			
Total	1.035,000	99				

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Uji F menghasilkan F-hitung = 117,511 (sig. < 0,001), membuktikan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan.

Tabel 17. Hasil Koefisien Determinasi

Ukuran	Nilai
R	,738
R Square	,545
Adjusted R Square	,541
Std. Error of the Estimate	219,147

Sumber: Output SPSS, diolah (2026).

Nilai R square sebesar 0,545 berarti kualitas pelayanan mampu menjelaskan 54,5% variasi kepuasan pelanggan, sementara 45,5% sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

3.2 Pembahasan

Temuan penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa ekspedisi di Kabupaten Trenggalek. Hasil ini selaras dengan teori yang dikemukakan Tjiptono (2019) bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan, semakin besar pula tingkat kepuasan yang mereka peroleh. Nilai koefisien regresi positif sebesar 0,455 menunjukkan hubungan searah yang konsisten antara kedua variabel, sementara nilai R^2 sebesar 0,545 mengonfirmasi bahwa lebih dari separuh variasi kepuasan pelanggan mampu dijelaskan oleh faktor kualitas pelayanan saja.

Temuan ini memperkuat hasil penelitian Genangku & Sabariah (2023) pada jasa ekspedisi EMKL, Artati & Ernawati (2022) pada J&T Express Kota Bima, serta Widyantara et al. (2026) pada J&T Cargo. Wardhana et al. (2022) juga menemukan pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Cabang Landasan Ulin, sedangkan Sahara et al. (2024) membuktikan hal serupa pada ekspedisi JNE Kota Tangerang. Siregar et al. (2024) memperkuat temuan ini pada jasa ekspedisi Labuhanbatu, dan Utomo & Putra (2024) pada layanan TIKI Semarang. Pada skala yang lebih luas, Fikih et al. (2025) dan Masuku et al. (2024) juga mengkonfirmasi bahwa kualitas layanan merupakan prediktor utama kepuasan pelanggan di industri ekspedisi, terlepas dari variasi lokasi dan konteks penelitian.

Dari sisi analisis deskriptif, dimensi jaminan (assurance) yang tercermin pada item X4 mendapat penilaian tertinggi (mean 4,31), menunjukkan bahwa pelanggan sangat menghargai kepastian keselamatan dan keamanan paket. Sementara itu, dimensi empati yang tercermin pada

item X10 mendapat penilaian relatif lebih rendah (mean 4,15), mengindikasikan bahwa perhatian personal petugas kepada pelanggan masih memiliki ruang untuk ditingkatkan melalui pelatihan komunikasi dan pelayanan pelanggan secara berkala.

Secara praktis, peningkatan kualitas pelayanan yang menyeluruh pada kelima dimensi SERVQUAL, terutama responsiveness dan empathy yang kerap menjadi sumber keluhan pelanggan, dapat secara langsung mendorong kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pengembangan sistem pengaduan yang cepat dan transparan, serta evaluasi kinerja petugas secara rutin, merupakan langkah konkret yang dapat dipertimbangkan oleh manajemen perusahaan ekspedisi.

Berdasarkan hasil kuesioner, berikut diuraikan tindakan pelayanan yang diberikan oleh masing-masing perusahaan ekspedisi kepada konsumen pada setiap dimensi SERVQUAL. Pada dimensi Tangibles (Bukti Fisik), J&T Express dan JNE dikenal memiliki armada pengiriman yang terawat serta gerai yang tersebar luas dan mudah diakses di Kabupaten Trenggalek, sedangkan Shopee Express, Sicepat, dan POS Indonesia lebih mengandalkan jemput paket dan agen mitra. Pada dimensi Reliability (Keandalan), J&T Express dan Shopee Express memperoleh apresiasi atas akurasi estimasi pengiriman dan sistem notifikasi real-time, sementara JNE dan POS Indonesia dinilai konsisten dalam menjaga kondisi paket. Pada dimensi Responsiveness (Daya Tanggap), Shopee Express unggul dalam kecepatan merespons keluhan melalui platform Shopee, sedangkan J&T Express dan JNE menyediakan layanan pelanggan yang dapat dihubungi melalui berbagai saluran. Sicepat dan POS Indonesia masih perlu meningkatkan waktu respons terhadap laporan keluhan. Pada dimensi Assurance (Jaminan), seluruh ekspedisi memberikan jaminan keamanan paket dan prosedur klaim, dengan J&T Express dan JNE mendapatkan penilaian tertinggi dari responden (item X4, mean 4,31) terkait kepercayaan terhadap keamanan pengiriman. Pada dimensi Empathy (Empati), petugas J&T Express dan JNE dinilai lebih ramah dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan, sementara petugas Sicepat dan POS Indonesia masih perlu peningkatan pada aspek perhatian personal, yang tercermin pada item X10 dengan mean terendah sebesar 4,15. Secara keseluruhan, kelima dimensi SERVQUAL pada seluruh ekspedisi yang diteliti berada pada kategori baik hingga sangat baik, dan secara bersama-sama membentuk persepsi kualitas pelayanan yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen jasa ekspedisi di Kabupaten Trenggalek (Egim & Silalahi, 2023; Winarni, 2024).

4. SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen jasa ekspedisi di Kabupaten Trenggalek ($t = 10,840$; $\text{sig.} < 0,001$). Persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 1,839 + 0,455X$, artinya setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,455 satuan. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,545 mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan 54,5% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 45,5% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Instrumen penelitian memenuhi uji validitas dan reliabilitas, serta model regresi memenuhi seluruh asumsi klasik, sehingga temuan penelitian layak dan dapat dipercaya.

Dari lima dimensi SERVQUAL yang diukur, dimensi assurance mendapatkan penilaian tertinggi (mean 4,31), mencerminkan bahwa pelanggan sangat menghargai kepastian keamanan dan keselamatan paket yang dikirimkan. J&T Express dan JNE merupakan penyedia layanan yang paling banyak digunakan oleh responden (37% dan 28%) di Kabupaten Trenggalek. Sebaliknya, dimensi empathy, khususnya aspek perhatian personal petugas kepada pelanggan (item X10, mean 4,15), mendapatkan penilaian terendah di antara seluruh item kualitas pelayanan, sehingga aspek ini menjadi prioritas utama yang perlu diperbaiki guna meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

4.2 Saran

Perusahaan jasa ekspedisi di Kabupaten Trenggalek disarankan untuk memprioritaskan peningkatan dimensi empathy, terutama aspek perhatian personal petugas kepada pelanggan yang memperoleh penilaian terendah (mean 4,15). Langkah konkret yang dapat dilakukan meliputi: (1) program pelatihan komunikasi dan pelayanan pelanggan secara berkala bagi seluruh petugas lapangan; (2) penetapan standar waktu respons yang terukur dalam penanganan pengaduan dan keluhan pelanggan; (3) pemberlakuan sistem evaluasi kinerja petugas berbasis umpan balik pelanggan secara rutin. Di sisi lain, kekuatan pada dimensi assurance yang telah mendapat apresiasi tinggi (mean 4,31) perlu dipertahankan melalui konsistensi penerapan prosedur jaminan keamanan paket dan standar penanganan klaim. Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan jangkauan layanan ke wilayah-wilayah terpencil di Kabupaten Trenggalek agar kualitas pelayanan dapat dinikmati secara merata oleh seluruh pelanggan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel moderating atau mediating seperti tarif pengiriman, kepercayaan merek (brand trust), dan kecepatan layanan yang berpotensi memengaruhi hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Mengingat nilai $R^2 = 0,545$ menunjukkan masih ada 45,5% variasi kepuasan yang belum dapat dijelaskan oleh model ini, eksplorasi variabel-variabel tersebut dapat memperkuat kontribusi teoritis. Penelitian lanjutan juga dapat memperluas area geografis atau mengadopsi pendekatan mixed methods untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif mengenai determinan kepuasan pelanggan pada layanan ekspedisi di daerah dengan karakteristik geografis beragam seperti Kabupaten Trenggalek.

DAFTAR PUSTAKA

- Artati, & Ernawati, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu terhadap Kepuasan Pelanggan pada J&T Express Kota Bima. *EQUILIBIRIA: Jurnal Fakultas Ekonomi*, 9(1), 58-66. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/equi/article/view/4262>
- Daulay, N. S., Fahrizal, M., & Fitri, S. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa J&T Express Sibuhuan Kecamatan Barumun Kabupaten Palas. *MASMAN Master Manajemen*, 3(1), 180-193. <https://ejournal-nipamof.id/index.php/MASMAN/article/view/730>
- e-Conomy SEA. (2024). e-Conomy SEA 2024: From resilience to growth. Google, Temasek, & Bain & Company. <https://economysea.withgoogle.com>
- Egim, A. S., & Silalahi, M. (Ed.). (2023). Manajemen pemasaran jasa: Membangun loyalitas pelanggan. Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteurka.com/publications/565386/manajemen-pemasaran-jasa-membangun-loyalitas-pelanggan>
- Fikih, Kurniawan, P., & Kustandi, T. (2025). Pengaruh ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Shopee Express Harjamukti. *Indonesia Economic Journal*, 1(2), 1199-1212. <https://ojs.indopublishing.or.id/index.php/iej/article/view/343>
- Genangku, P. E., & Sabariah, E. (2023). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ekspedisi EMKL PT Multimodatrans Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(3), 59-68. <https://journal.admi.or.id/index.php/JEKMA/article/view/953>
- Masuku, D., Joesah, N., & Kusuma, A. B. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman barang terhadap kepuasan pelanggan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(3), 208-222. <https://jibema.murisedu.id/index.php/JIBEMA/article/view/19>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. <https://www.researchgate.net/publication/200827786>
- Ramadhani, S. P. (2025). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa ekspedisi J&T di Lamongan. *Journal of Management and Business*, 2(1), 79-86. <https://ejournal.univbhaktiasih.ac.id/index.php/mass/article/view/110>

- Sahara, H., Kusumastuti, A. D., Astuti, A. D., & Ramadhion, J. O. (2024). Analisis kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap loyalitas pelanggan di ekspedisi JNE Kota Tangerang. *Journal of Industrial Engineering and Operation Management (JIEOM)*, 7(1). <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/jieom/article/view/13170>
- Siregar, F., Pristiyono, P., & Rambe, B. H. (2024). Analisis harga, ketepatan waktu dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa ekspedisi Labuhanbatu. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(2), 4642-4656. <https://jinnovative.org/index.php/Innovative/article/view/9927>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta. <https://archive.org/details/buku-metode-penelitian-sugiyono>
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Penerbit ANDI. <https://www.researchgate.net/publication/316890207>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2021). *Service quality & customer satisfaction*. Andi Offset. <https://www.researchgate.net/publication/316890418>
- Utomo, W. T., & Putra, F. I. F. S. (2024). Pengaruh tarif pengiriman, kualitas pelayanan, dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Semarang. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 41-52. <https://doi.org/10.30787/jiemb.v2i1.1408>
- Wardhana, R. K., Novyanti, R., & Permanasari, Y. (2022). Kualitas pelayanan jasa ekspedisi terhadap kepuasan pelanggan pada J&T Express Cabang Landasan Ulin. *Jurnal Administrasi Publik dan Pembangunan*, 4(1), 131-140. <https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/jpp/article/view/6558>
- Widyantara, M. Y. A., Kusuma, I. G. N. A. G. E. T., & Usadi, M. P. P. (2026). The effect of service quality, trust, and delivery timelines on customer satisfaction at J&T Cargo Kapten Regug. *EMAS*, 7(2), 239-250. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/13668>
- Winarni, D. (Ed.). (2024). *Manajemen pemasaran jasa*. Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/568605/manajemen-pemasaran-jasa>
- Yunus, M., & Tobing, F. (2025). Analisis kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa JNE Express. *Economics, Business and Management Science Journal (EBMSJ)*, 5(2), 370-381. <https://journal.mahesacenter.org/index.php/ebmsj/article/view/840>