

PERSPEKTIF KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KINERJA LAYANAN KURIR E-COMMERCE DI CILEUNGSI

Najwa Carisa Lambaga

Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

Email: 182240033@std.ulbi.ac.id

Abstrak

Fokus penulisan artikel yaitu untuk mengetahui lebih lanjut tentang perspektif pelanggan terhadap kinerja kurir e-commerce dan bagaimana hal ini berdampak pada kepuasan konsumen di wilayah Cileungsi. Layanan kurir memainkan peran yang sangat penting dalam industri e-commerce, terutama dalam menjaga kepuasan pelanggan. Pengiriman yang cepat, aman, dan tepat waktu sangat penting untuk menumbuhkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap platform e-commerce. Di Cileungsi, seiring dengan berkembangnya sektor e-commerce, pentingnya layanan kurir yang efisien semakin terlihat sebagai faktor penentu dalam pengalaman belanja online pelanggan. Dengan begitu, fokus utama dari penelitian ini untuk memastikan berapa banyak klien yang beruntung, dipengaruhi oleh kualitas layanan kurir dan bagaimana fitur-fitur yang berbeda dari layanan kurir mempengaruhi pendapat pelanggan Cileungsi tentang e-commerce. Perkembangan sektor e-commerce yang semakin maju secara langsung menjadikan layanan kurir sebagai peran vital dalam kepuasan pelanggan di sektor e-commerce. Kurir secara langsung menjadi perantara antara konsumen dengan platform e-commerce. Perspektif pelanggan tentang kinerja kurir sangat memengaruhi tingkat kepuasan mereka dengan layanan yang ditawarkan oleh platform e-commerce. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif, mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen e-commerce yang berbasis di Cileungsi.

Kata Kunci: Perspektif Pelanggan, Kinerja Kurir, Kepuasan Pelanggan, Layanan Kurir, E-commerce, Cileungsi

Abstract

This article aims to explore customer perspective of courier E-commerce performance and its effects on customers satisfaction in the Cileungsi area. Since prompt, safe, and efficient deliveries are essential to fostering consumer loyalty and trust in e-commerce platforms, courier services are essential to the sector. In Cileungsi, with the growing e-commerce sector, the importance of efficient courier services is increasingly recognized as a determining factor in the online shopping experience. Thus, this study aims to assess how various elements of courier services impact customers' perceptions of e-commerce in Cileungsi and how much customer happiness is impacted by courier service quality. The development of the e-commerce sector directly makes courier services vital in ensuring customer satisfaction in e-commerce. Couriers serve as a direct link between consumers and e-commerce platforms. Customer perspective of courier performance significantly affects their satisfaction with the services offered by e-commerce platforms. A quantitative research methodology is used in this investigation,

Article history

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagirism checker no 861

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

collecting data by distributing questionnaires to Cileungsi-based e-commerce consumers.

Key Words: *Customer Perspective, Courier Performance, Customer Satisfaction, Courier Service, E-commerce, Cileungsi*

Pendahuluan

E-commerce adalah wujud dari kemajuan teknologi berbasis data yang dirancang sebagai upaya memenuhi berbagai kebutuhan dan memperkuat daya saing, dengan penekanan dalam promosi dan penjualan produk maupun layanan, baik antarwilayah maupun antarnegara (Rerung, 2018). Kehadiran e-commerce menjadi respons terhadap beragam kebutuhan manusia. Banyaknya tuntutan kebutuhan itu mendorong konsumen agar... membuat keputusan dalam waktu singkat tanpa dibatasi oleh ruang serta waktu. Hal ini membawa dampak terjadinya interaksi di dunia digital yang kemudian memengaruhi perilaku konsumsi, terutama dalam hal pembelian dan penggunaan produk atau layanan secara daring. Kemunculan e-commerce telah membawa perubahan signifikan dalam kecenderungan belanja konsumen. Jika sebelumnya pembelian diberlakukan secara langsung melalui kunjungan ke pusat perbelanjaan, pasar, atau tempat fisik, sekarang aktivitas tersebut dapat dilakukan secara online dari rumah dengan lebih praktis. Perubahan perilaku ini dipengaruhi oleh pandangan konsumen terhadap faktor-faktor seperti jarak, harga, promosi, dan lokasi yang telah dirancang oleh pihak perusahaan (Kotler & Keller, 2012). Faktor utama yang mendorong pergeseran dari belanja konvensional ke belanja daring adalah kemudahan yang ditawarkan oleh platform toko online. Layanan kurir adalah cara untuk mengirimkan barang atau dokumen dari pengirim ke penerima secara aman dan cepat, biasanya dalam waktu yang lebih singkat dibandingkan metode pengiriman konvensional.

Layanan ini menggunakan berbagai metode pengiriman dan sistem pelacakan untuk menjamin bahwa pengiriman barang dilakukan tepat waktu dan tetap dalam kondisi yang baik. Layanan kurir sering dimanfaatkan oleh perorangan untuk menunjang berbagai aktivitas, seperti mengirimkan produk e-commerce, dokumen penting, maupun barang-barang bernilai tinggi. Layanan kurir membantu memperlancar komunikasi dan transaksi di berbagai industri karena proses pengiriman menjadi lebih efisien, terpercaya, dan praktis.

Ketika seseorang membandingkan pengalaman mereka dengan barang atau jasa yang mereka terima dengan ekspektasi awal mereka, respons emosional mereka yang mungkin berupa kesenangan atau ketidaksesuaian tercermin dalam tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa terpenuhi ketika hasil yang diterima memenuhi ekspektasinya, Pelanggan akan bahagia manakala harapan mereka terpenuhi, dan mereka akan kecewa jika tidak terpenuhi. Kepuasan pelanggan merupakan ukuran penting kualitas layanan karena didasarkan pada bagaimana pelanggan menilai pengalaman mereka saat menggunakan suatu produk atau layanan.

Beragam faktor dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti mutu produk, kualitas layanan yang disediakan, harga yang ditawarkan, biaya yang dikeluarkan, serta persepsi dan pengalaman emosional yang dialami oleh pelanggan. Ketika pelanggan merasa sangat puas, hal ini dapat memperkuat komitmen, meningkatkan loyalitas, dan membentuk ikatan jangka panjang antara perusahaan dengan para pelanggannya. Dalam dunia e-commerce, mutu layanan yang mencakup kecepatan dalam pengiriman, kemudahan dalam proses transaksi, serta ketanggapan layanan terhadap pelanggan memegang peranan yang sangat krusial.

Kurir adalah bagian penting dari proses pengiriman barang dari pengirim ke penerima, jadi kinerjanya sangat penting dalam manajemen logistik. Performa kurir yang maksimal, yang dipengaruhi oleh semangat kerja, kedisiplinan, dan tingkat beban tugas, dapat mempercepat dan memperlancar proses pengiriman. Kondisi ini turut mendukung peningkatan kinerja dalam keseluruhan sistem rantai pasok.

Kinerja kurir yang baik dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses pengiriman, yang menguntungkan manajemen rantai pasokan. Kinerja ini ditentukan oleh sejumlah elemen, termasuk beban kerja, motivasi, dan disiplin kerja. Selain itu, inovasi layanan logistik seperti inovasi layanan logistik meningkatkan kinerja bisnis perusahaan kurir dengan memberikan layanan yang fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pada akhirnya, ini meningkatkan kepuasan pelanggan dan kinerja perusahaan. Manajemen penting untuk melakukan pengelolaan SDM yang efektif guna kinerja kurir tetap optimal karena beban kerja yang terlalu tinggi dan stres kerja dapat menurunkan kinerja kurir. Keberhasilan manajemen logistik bisnis pelayanan sangat dipengaruhi oleh kinerja kurirnya, sistem manajemen pos dan kurir yang dirancang dengan baik dapat membantu perusahaan memangkas biaya, mempercepat pengiriman, mempersingkat waktu pengiriman, mengurangi biaya logistik, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan melalui pengiriman tepat waktu dan layanan responsif.

Dari penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen terhadap layanan e-commerce sangat bergantung pada peran kurir. Sebagai pihak yang berinteraksi langsung dalam tahap akhir pengiriman, kurir memiliki tanggung jawab besar dalam pengiriman barang agar dapat diterima tepat waktu dan tetap dalam kondisi prima. dan dengan proses yang cepat. Kualitas pelayanan inilah yang menjadi dasar dalam membentuk kepercayaan serta kesetiaan pelanggan terhadap platform e-commerce. Oleh karena itu, penting bagi bisnis e-commerce untuk memperhatikan kualitas layanan kurir agar mereka dapat lebih memuaskan pelanggan mereka. Maka judul yang ditarik adalah "Perspektif Kepuasan Pelanggan terhadap Kinerja Kurir E-commerce di Cileungsi".

Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan

Salah satu konsep penting dalam dunia manajemen jasa adalah kualitas pelayanan, yang berfokus pada memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Kualitas layanan adalah derajat keunggulan layanan yang diharapkan oleh penyedia layanan untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan klien.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, mutu pelayanan dapat dilihat dari sejauh mana kesesuaian antara ekspektasi pelanggan terhadap layanan yang diharapkan dengan pertemuan aktual jika pelayanan yang diberikan oleh mereka secara alami. Apabila bentuk pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau mungkin melampaui ekspektasi pelanggan, maka kualitas pelayanan tersebut dianggap memuaskan. Di sisi lain, kualitas layanan dianggap tidak memadai jika layanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan.

Pada umumnya, pandangan pelanggan mengenai sejauh mana penyedia layanan mampu memenuhi harapan dan kebutuhan mereka memiliki peran besar dalam menentukan bagaimana kualitas layanan tersebut dinilai.

Untuk meningkatkan kebahagiaan dan loyalitas klien, penyedia layanan harus terus mengevaluasi dan meningkatkan berbagai aspek penawaran mereka.

Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mengidentifikasi lima aspek utama dalam dimensi kualitas pelayanan. Pertama, aspek Bukti Fisik (Tangibles) mencakup elemen-elemen yang dapat diamati dan dialami secara langsung oleh pelanggan, seperti sarana, perlengkapan, dan penampilan karyawan. Kedua, Keandalan (Reliability) merujuk pada Tingkat kepatuhan perusahaan dalam memberikan layanan sesuai jadwal, tanpa kesalahan, dan seperti yang dijanjikan. Ketiga, daya tanggap, yang mengacu pada kesiapan dan keinginan anggota staf untuk membantu klien dan memberikan layanan dengan segera dan tepat waktu.

Keempat, Jaminan (Assurance) mencerminkan tingkat kepercayaan dan rasa aman yang dirasakan pelanggan, yang berasal dari kompetensi, kesopanan, serta kemampuan staf dalam memberikan pelayanan secara profesional dan meyakinkan. Kelima, Empati (Empathy), yaitu

kemampuan memberikan perhatian secara personal dan memahami kebutuhan serta keinginan pelanggan dengan tulus. Kelima komponen ini sangat penting dalam evaluasi dan peningkatan kualitas pelayanan untuk memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka.

Kepuasan Pelanggan

Teori kepuasan pelanggan, kepuasan merupakan rasa puas atau kecewa yang timbul setelah pelanggan mengevaluasi apakah kinerja suatu produk atau layanan sesuai, melebihi, atau bahkan di bawah ekspektasi yang mereka miliki sebelumnya. Ketika pelanggan menerima hasil yang memenuhi atau di atas harapan mereka, mereka akan senang dan puas. Di sisi lain, kepuasan klien biasanya akan menurun jika hasil yang diterima tidak sesuai dengan harapan.

Kotler mengatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari penilaian pelanggan tentang seberapa baik produk atau jasa yang terpenuhi atau mungkin melampaui dari yang diharapkan mereka. Oliver juga mengatakan bahwa penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang mereka dapatkan melalui penggunaan produk atau jasa tertentu menentukan kepuasan pelanggan. Kualitas produk dan layanan, harga yang berkaitan dengan nilai yang diperoleh, pertimbangan emosional, dan biaya yang diakui merupakan faktor penentu utama kepuasan konsumen.

Dimensi Kepuasan Pelanggan

Aspek kepuasan pelanggan tidak hanya tercermin dari bagaimana mereka menilai kualitas produk atau layanan, tetapi juga dapat dikenali melalui tindakan nyata yang mencerminkan tingkat kepuasan yang dirasakan, seperti pembelian ulang, rekomendasi, atau loyalitas terhadap merek.

Salah satu indikator penting adalah kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau merek, di mana pelanggan yang puas cenderung memilih untuk tetap menggunakan produk tersebut dalam jangka panjang. Selain itu, pelanggan yang senang biasanya lebih bersedia untuk mencoba produk baru dari bisnis tersebut karena mereka percaya pada reputasi dan kualitas merek tersebut.

Tingkat kepuasan pelanggan muncul dari seberapa besar rasa nyaman dan kepuasan yang mereka alami setelah memanfaatkan suatu produk atau layanan yang ditawarkan. Faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah biaya yang dirasakan, faktor emosional, harga yang dibandingkan dengan nilai yang diperoleh, dan kualitas produk atau layanan. Pelanggan yang merasa bahwa kualitas dan manfaat yang diperoleh melebihi biaya yang dikeluarkan biasanya bersedia membayar harga lebih mahal, karena mereka menilai pengalaman yang didapat sepadan atau bahkan lebih berharga.

Tidak kalah penting, pelanggan yang puas biasanya memberikan masukan atau saran konstruktif sebagai upaya membantu perusahaan meningkatkan produk atau layanan di masa depan. Dengan memahami dan mengelola berbagai dimensi perilaku ini secara efektif, perusahaan dapat memperbesar kepuasan pelanggan secara komprehensif, yang akan meningkatkan kesetiaan pelanggan dan mendukung kelangsungan bisnis.

Kerangka Pemikiran

X = Kinerja Layanan

Y = Kepuasan Pelanggan

Hipotesis yang terdapat pada penelitian ini yaitu terdapat perspektif kepuasan pelanggan terhadap kinerja layanan kurir e-commerce di Cileungsi.

Metode Penelitian

Penelitian ini mengandalkan metodologi kuantitatif. Paradigma positivis berfungsi sebagai dasar untuk pendekatan kuantitatif, dengan penekanan pada pengujian data dan fakta-fakta objektif untuk memahami suatu fenomena. Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui

jawaban yang diberikan responden dalam kuesioner, Karakteristik demografis dan sampel dijelaskan dengan menggunakan metode ini. Selain itu, penelitian ini secara khusus bertujuan untuk memverifikasi keakuratan dari teori-teori yang telah diajukan sebelumnya.

Dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden, survei digunakan sebagai sarana untuk mengumpulkan informasi untuk mendapatkan data yang diperlukan. Metode ini dianggap efisien apabila peneliti telah memahami variabel yang diteliti serta menghadapi responden dalam jumlah besar dan tersebar di berbagai lokasi. Menurut Sugiyono (2011), pertanyaan dalam kuesioner bisa disusun dalam bentuk terbuka maupun tertutup, dan dapat disebarkan secara langsung kepada responden, dikirim melalui pos, atau menggunakan platform daring.

Uji Validitas

Kemampuan instrumen untuk secara tepat mengukur variabel yang hendak diteliti dikenal sebagai validitas. Fungsi dan isi alat ukur merupakan area utama yang menjadi perhatian utama dalam peninjauannya. Tujuan dari pengujian validitas adalah untuk memastikan apakah kuesioner yang digunakan sah dari sudut pandang ilmiah dan untuk menilai seberapa baik alat ukur dirancang untuk mengukur variabel yang dimaksud.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas menggambarkan seberapa stabil dan konsisten suatu instrumen dalam mengumpulkan data, sehingga hasil yang diperoleh dapat dipercaya dan tidak dipengaruhi oleh kesalahan yang signifikan. Tujuan uji reliabilitas adalah memastikan bahwa instrumen tersebut memiliki kemampuan untuk menghasilkan data yang reliabel dan stabil meskipun terjadi fluktuasi. Proses uji ini menilai konsistensi variabel melalui barisan pertanyaan yang dirancang.

Koefisien Korelasi Sederhana

Bertujuan menentukan besaran dan orientasi hubungan interaksi melibatkan dua variabel, digunakan korelasi sederhana. Koefisien korelasi menunjukkan arah dan tingkat hubungan antara dua variabel, serta seberapa erat hubungan keduanya. Tiga jenis uji korelasi bivariat yang sering digunakan dengan SPSS terdiri atas Pearson Correlation, Kendall's tau-b, dan Spearman Correlation.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Metode statistik yang disebut analisis regresi melihat bagaimana variabel sebanyak dua atau lebih berhubungan satu sama lain. Pada regresi linear, diasumsikan bahwa hubungan antar variabel bersifat linear terhadap parameter. Jenis tertua dari analisis ini adalah regresi linier sederhana, di mana nilai variabel dependen diperkirakan atau dipengaruhi oleh variabel tunggal.

Koefisien Determinasi

Dalam sebuah model regresi, koefisien determinasi digunakan untuk menilai proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi secara bersama-sama memberikan kontribusi dalam menjelaskan perubahan dalam variabel dependen. Nilai adjusted R-squared, yang menggambarkan seberapa baik variabel-variabel turut menjelaskan variabel dependen dalam model fluktuasi variabel yang bersifat dependen, merupakan indikator yang terdapat pada penelitian ini. (Ghozali, 2016).

Uji T (Parsial)

Sejauh mana setiap variabel independen dalam sebuah model secara parsial mempengaruhi variabel dependen ditentukan dengan menggunakan uji t.

Dengan asumsi bahwa dua sampel dipilih acak berdasarkan populasi sejenis tidak menunjukkan variasi yang menonjol, uji t biasanya salah satu metode analisis statistik yang diterapkan guna mengevaluasi hipotesis (Sudjiono, 2010).

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Kelima item pernyataan (P1-P5) memiliki nilai r hitung yang berkisar antara 0,789 sampai dengan 0,968, sesuai dengan hasil Evaluasi Validitas Variabel Kinerja Pelayanan (X), sedangkan nilai r tabel adalah sebesar 0,632 ($n=10$, $\alpha=0,05$). Kelima item pertanyaan tersebut dianggap sah dan layak digunakan untuk pengumpulan data karena semua nilai r hitung melebihi r tabel dan memiliki taraf signifikansi yang kurang dari 0,05.

Sementara itu, Berdasarkan Pengujian validitas terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), item P6 sampai dengan P10 memiliki nilai r hitung yang berkisar antara 0.887 sampai dengan 0.945, yang semuanya signifikan melebihi dari r tabel. Dapat disimpulkan, seluruh pernyataan yang berkaitan dengan variabel Y dianggap sah karena memenuhi kriteria pengambilan keputusan yang menyatakan bahwa r hitung harus melebihi nilai r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Chronbach's Alpha	Ket
Kinerja Layanan (X)	5	0,936	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	5	0,955	Reliabel

Nilai Cronbach's Alpha untuk alat ukur variabel Service Performance (X) adalah 0.936, sesuai dengan temuan uji reliabilitas. Berdasarkan grafik tersebut, pernyataan-pernyataan pada variabel tersebut menjadi indikator kuat atas tingginya tingkat konsistensi dan dikategorikan sangat dapat diandalkan.

Namun, Tingkat reliabilitas yang sangat tinggi ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha variabel Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu 0,955. Maka dari itu, bisa dikatakan jika instrumen yang digunakan untuk mengevaluasi kedua faktor ini dapat dipercaya dan cocok untuk digunakan dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini.

3. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Correlations		Total_X	Total_Y
Total_X	Pearson Correlation	1	,954**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	10	10
Total_Y	Pearson Correlation	,954**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	10	10

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Koefisien korelasi mencapai 0,954 dengan tingkat signifikansi (Sig. 2-tailed) yang dilaporkan sebesar 0,000, sesuai dengan temuan analisis korelasi langsung yang dilakukan dengan menggunakan teknik Pearson Product Moment. Gambar di bawah ini mengilustrasikan hubungan yang sangat kuat dan positif antara faktor Kinerja Layanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan nilai signifikansi 0,000 (di bawah 0,05), maka hubungan antar variabel dinyatakan signifikan. Oleh karena itu, hubungan ini dianggap signifikan secara statistik. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa peningkatan kinerja layanan dan peningkatan faktor-faktor ini akan menyebabkan peningkatan kepuasan pelanggan.

4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.536	2,291		-.234	,821
	Total_X	1,053	,116	,954	9,051	,000

a. Dependent Variable: Total_Y

Persamaan regresi berikut ini berasal dari penelitian regresi linier dasar, di mana Kepuasan Pelanggan (Total_Y) adalah variabel dependen dan Kinerja Layanan (Total_X) adalah variabel independen:

$$Y = -0,536 + 1,053X$$

Artinya, setiap kenaikan satu satuan dalam kualitas kurir berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 1,053 satuan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan peningkatan pengalaman layanan e-commerce mereka secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas layanan.

5. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,954 ^a	,911	,900	1,23388

a. Predictors: (Constant), Total_X

Hasil dari analisis regresi linier sederhana memperlihatkan jika nilai koefisien determinasi (R Square) yang dihasilkan sebesar 0,911. Ini mengindikasikan bahwa 91,1% perubahan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) disebabkan oleh variabel Kinerja Pelayanan (X), dengan sisanya sebesar 8,9% yang merupakan akibat dari faktor-faktor lain di luar model regresi

6. Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.536	2,291		-.234	,821
	Total X	1,053	,116	,954	9,051	,000

a. Dependent Variable: Total_Y

Mengacu pada signifikansi statistik sebesar 0.000, nilai t yaitu variabel Total_X (Kinerja Layanan) adalah 9.051, sesuai dengan output uji t yang tercantum pada tabel Coefficient. Mengingat signifikansi statistik berada di bawah 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas kurir merupakan aspek yang signifikan berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan terhadap layanan e-commerce.

Pembahasan

Berdasarkan analisis validitas instrumen pengukuran berupa kuesioner yang digunakan, setiap elemen dalam variabel Service Performance (X) dan Customer Satisfaction (Y) terdapat nilai r hitung yang lebih tinggi dari r tabel (0,196). Berdasarkan hasil ini, setiap item pernyataan adalah sah dan layak untuk digunakan sebagai alat ukur. Uji reliabilitas tambahan menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel X dan Y masing-masing sebesar 0,936 dan 0,955. Dapat disimpulkan bahwa kedua instrumen memiliki konsistensi yang sangat baik karena kedua nilai tersebut berada di atas persyaratan minimum 0,70. Selain itu, koefisien korelasi sebesar 0,954 dan signifikansi statistik yaitu 0,000 mengacu pada hasil analisis Pearson Correlation

menunjukkan kinerja layanan berbanding lurus secara signifikan dengan tingkat kepuasan pelanggan.

Rumus regresi yang diturunkan dari analisis regresi linier dasar adalah $Y = -0,536 + 1,053 X$. Hal ini menunjukkan bahwa untuk setiap perolehan unit dalam kinerja pelayanan, kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 1.053 unit. Kinerja pelayanan menjelaskan 91,1% variasi koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,911 untuk kepuasan pelanggan, model ini dapat menjelaskan 91,1% dari variasi variabel-variabel tersebut. Variabel yang tidak dipertimbangkan dalam penyusunan model ini memiliki dampak pada 8,9% sisanya. Mempertimbangkan temuan dari uji t parsial nilai t yang dihitung untuk variabel kualitas Kurir (X) adalah 9,051, dengan tingkat signifikansi 0,000. Ini menyiratkan bahwa Y sangat dipengaruhi oleh variabel X secara independen. Semua hal dipertimbangkan, temuan ini menunjukkan bahwa Kualitas layanan adalah faktor penting yang berdampak besar pada seberapa puas pelanggan dengan layanan e-commerce.

Kesimpulan

Berdasarkan temuan dan analisis yang telah disampaikan dalam artikel berjudul "Perspektif Kepuasan Pelanggan terhadap Kinerja Layanan Kurir E-Commerce di Cileungsi", dapat disimpulkan bahwa nilai uji t parsial, nilai t dihitung untuk variabel kualitas Kurir (X) adalah 9,051, dengan tingkat signifikansi 0,000. Ini menyiratkan bahwa Y sangat dipengaruhi oleh variabel X secara independen. Semua hal dipertimbangkan, temuan ini menunjukkan bahwa salah satu determinan utama yang terbukti signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan e-commerce adalah kinerja layanan.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan dalam konteks layanan kurir e-commerce, perusahaan perlu memberikan pelayanan yang optimal dan konsisten. Tingkat kepuasan pelanggan meningkat dengan kualitas layanan yang ditawarkan Kurir. Untuk memenuhi harapan klien dengan sebaik-baiknya, penyedia layanan kurir-terutama yang berada di wilayah Cileungsi-didorong untuk terus meningkatkan kualitas tenaga kerja, waktu pengiriman, dan akurasi layanan mereka.

Daftar Pustaka

- Mauludin, M. S. (2022). Analisis perilaku konsumen dalam transaksi di e-commerce. *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 1(1), 108-123.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater TERHADAP perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44-57.
- Ginting, Y. M., Elvera, E., Yuliany, N., & Mico, S. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Minat Beli Ulang Terhadap Spotify Premium Di Indonesia. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 551-564.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ancarani, F., & Costabile, M. (2014). *Marketing management 14/e*. Pearson.
- Safitri, A., Zahroh, F., Naufaliadi, R., Nugroho, R. T., Sofyan, M., Rahmawati, N. F., & Maulina, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Sofyan Frozen. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 2(2), 470-478.
- Sidanta, K., Christian, B., Hadi, H., Angelia, W., & Istijanto, I. (2022). Faktor-Faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen milenial pada e-commerce Di Indonesia. *Indonesian Business Review*, 5(2), 156-173.
- Darma, B. (2021). *Statistika penelitian menggunakan SPSS (Uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R2)*. Guepedia.
- Sihotang, H. (2023). Metode penelitian kuantitatif.

- Rakhel Gloria Benedikta Nafai, Riane Johnly Pio, Olivia F. C. Walangitan. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepercayaan Pelanggan PT PLN (Persero) UID SULUTTENGGO", Productivity, 2025
- PELEALU, Deasy Rinayanti. ANALISIS CUSTOMER LOYALTY YG DIPREDIKSI OLEH SERVQUAL, SERVICE INNOVATION DAN BRAND IMAGE MELALUI CUSTOMER SATISFACTION. REVITALISASI : Jurnal Ilmu Manajemen, [S.l.], v. 10, n. 1, p. 141-156, june 2021. ISSN 2657-1684.
- Purna Sari, Chalil Chalil, Enki P Nainggolan. "PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN SMARTPHONE MEREK ASUS DI KOTA PALU", Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), 2018
- Wisnu Mahendri, Abdullah Fajarul Munir. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Jasa Transportasi Gojek Online Di Sidoarjo)", MARGIN ECO, 2021