

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Kurir Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Ekspedisi XYZ

Azmi^{1*}, Alif Rachman Huda
Nur Ikhsan², Rudi Faisal³,
Melliana⁴, Novri Jenita
Marbun⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Teknik Industri,
Institut Teknologi dan Bisnis Riau
Pesisir
Jl. Utama Karya Bukit Batrem II
Email: azmi.omy@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan industri *e-commerce* meningkatkan kebutuhan terhadap layanan jasa ekspedisi yang berkualitas, khususnya pada aspek pelayanan kurir sebagai pihak yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan kurir terhadap kepuasan pelanggan pada Jasa Ekspedisi XYZ di Kota Dumai dengan menggunakan dimensi *SERVQUAL*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Partial Least Square (PLS)* dan melibatkan 111 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *assurance*, *empathy*, dan *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan *responsiveness* berpengaruh positif namun tidak signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa pelanggan lebih memprioritaskan aspek kepercayaan, profesionalisme kurir, kepedulian terhadap pelanggan, serta keandalan proses pengiriman dalam membentuk kepuasan pelanggan. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi perusahaan ekspedisi dalam merumuskan strategi pengembangan kualitas pelayanan kurir untuk meningkatkan kepuasan serta mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Kurir, SERVQUAL, SmartPLS*

ABSTRACT

The rapid growth of the *e-commerce* industry has increased the demand for high quality courier and logistics services, particularly regarding courier performance as the frontline personnel directly interacting with customers. This study aims to analyze the effect of courier service quality on customer satisfaction at XYZ Expedition Service in Dumai City using the *SERVQUAL* dimensions. The study employed a quantitative approach using the *Partial Least Square (PLS)* method and involved 111 respondents selected through *purposive sampling*. The results indicate that the dimensions of *assurance*, *empathy*, and *reliability* have a positive and significant effect on customer satisfaction, while *responsiveness* has a positive but insignificant effect. These findings highlight that customers place greater emphasis on trust, courier professionalism, customer care, and delivery reliability in shaping customer satisfaction. This study provides practical implications for expedition companies in formulating strategies to enhance courier service quality in order to improve customer satisfaction and maintain customer loyalty.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Courier, SERVQUAL, SmartPLS*

Pendahuluan

Perkembangan pesat teknologi informasi dan digitalisasi telah mendorong pertumbuhan signifikan pada sektor *e-commerce* di Indonesia (Solihat and Sandika, 2022), (Prasetyo, 2023). Perubahan pola transaksi masyarakat dari sistem konvensional menuju *platform* digital menyebabkan meningkatnya kebutuhan terhadap layanan logistik dan jasa Ekspedisi yang cepat, tepat dan terpercaya (Fitri, 2023). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2024), nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia terus mengalami peningkatan setiap tahunnya seiring bertambahnya pengguna internet dan aktivitas belanja *online* masyarakat. Perusahaan jasa ekspedisi memegang peran penting sebagai penghubung utama antara penjual dan konsumen, sehingga kualitas pelayanan yang diberikan menjadi faktor krusial dalam menentukan keberhasilan layanan secara keseluruhan (Timmerman, Soepeno and Raintung, 2023).

Kualitas pelayanan dapat dipahami melalui beberapa dimensi utama sebagaimana dijelaskan dalam model *SERVQUAL* yang dikemukakan oleh (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988), yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Kelima dimensi ini digunakan untuk menilai sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi harapan pelanggan (Hafrida, Yusrizal and Zuhdi, 2024). Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik pada dimensi-dimensi tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya turut meningkatkan loyalitas serta membentuk citra positif perusahaan (Indrasari, 2019), (Caroline, Setyawati and Supandi, 2024). Dalam konteks jasa ekspedisi, kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh sistem perusahaan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kinerja kurir sebagai ujung tombak layanan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan (Tarigan K, 2022). Perilaku, ketepatan, dan profesionalisme kurir menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Hal ini sejalan dengan (Rushton, Croucher and Baker, 2014) yang menyatakan bahwa keandalan pengiriman dan interaksi layanan berkontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan, serta diperkuat oleh temuan (Rachmawati and Fitriani, 2023) yang menunjukkan bahwa dimensi *reliability* dan *empathy* berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada layanan pengiriman.

Namun demikian, dalam praktiknya masih banyak ditemukan permasalahan pada layanan ekspedisi, khususnya yang berkaitan dengan kinerja kurir. Beberapa permasalahan yang sering terjadi meliputi keterlambatan pengiriman, kesalahan alamat, kerusakan atau kehilangan paket, serta sikap kurir yang kurang profesional dalam berinteraksi dengan pelanggan. Fenomena ini juga ditemukan pada jasa Ekspedisi XYZ di Kota Dumai, yang dalam operasionalnya masih menghadapi sejumlah keluhan pelanggan terkait kualitas layanan pengantaran. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dengan layanan yang diterima, yang pada akhirnya berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam berbagai sektor jasa. (Goenawan and Ekawati, 2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui pendekatan *SERVQUAL*, IPA, dan QFD.

Selain itu, (Ainy Ainassyifa, 2023) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman. Akan tetapi, sebagian besar penelitian tersebut masih bersifat umum dan belum secara spesifik menyoroti peran dari kurir sebagai faktor utama dalam membentuk kualitas pelayanan pada jasa ekspedisi berbasis online. Selain itu, dalam konteks perkembangan layanan digital, interaksi pelanggan dan perusahaan semakin banyak dilakukan secara tidak langsung, sehingga dimensi *tangibles* menjadi relatif kurang signifikan dibandingkan dimensi kualitas pelayanan lainnya. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan penelitian untuk mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan menekankan peran kurir sebagai representasi utama layanan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, diperlukan analisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan kurir terhadap kepuasan pelanggan, khususnya pada jasa Ekspedisi XYZ di Kota Dumai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Partial Least Square* (PLS) untuk mengkaji hubungan antar variabel, serta mengadopsi empat dimensi *SERVQUAL* yang relevan, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, yaitu memperkaya kajian kualitas pelayanan dalam industri logistik dengan menekankan peran kurir sebagai elemen kunci layanan, serta menjadi dasar bagi perusahaan ekspedisi dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing perusahaan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan kurir terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Ekspedisi XYZ di Kota Dumai. Pendekatan ini dipilih karena mampu menguji hubungan antar variabel secara objektif dan terukur melalui analisis statistik. Variabel yang digunakan terdiri dari variabel independen (*eksogen*) berupa kualitas pelayanan kurir yang diukur melalui dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, serta variabel dependen (*endogen*) yaitu kepuasan pelanggan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh secara langsung dari responden. Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu:

1. Observasi, dilakukan di gudang jasa Ekspedisi XYZ pada periode Juni - Agustus 2025 untuk memahami kondisi operasional dan aktivitas layanan.
2. Wawancara, dilakukan kepada pelanggan Ekspedisi XYZ untuk menggali informasi terkait pengalaman dan keluhan terhadap layanan kurir.
3. Penyebaran kuesioner, dilakukan sebagai instrumen utama penelitian yang disusun secara sistematis dan disebarluaskan melalui *Google form* kepada responden.

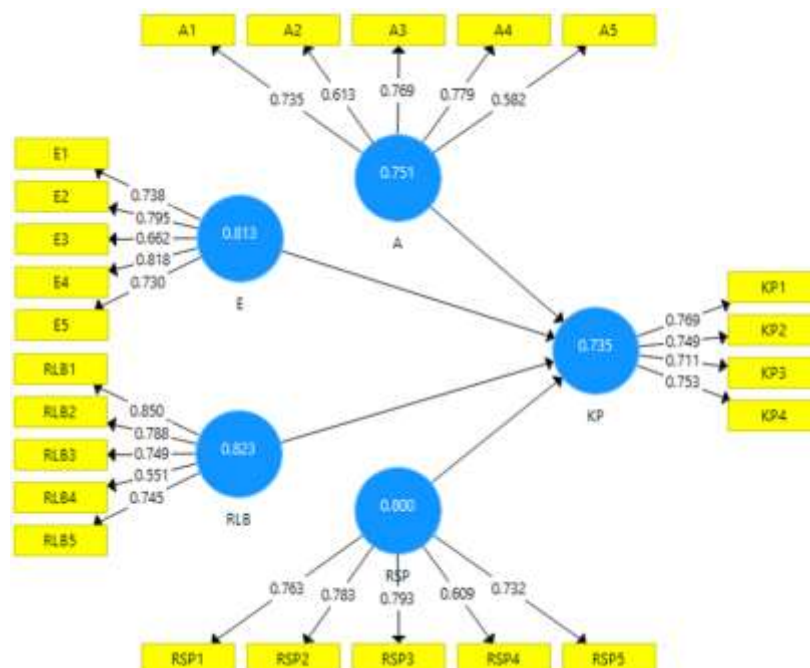
Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan layanan jasa Ekspedisi XYZ. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu responden yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yakni pelanggan yang pernah menggunakan jasa Ekspedisi tersebut. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 111 responden yang berasal dari enam area pengantaran. Jumlah responden dalam penelitian ditetapkan berdasarkan tabel Cohen (1992), karena

model penelitian ini memiliki empat panah menuju satu konstruk endogen dengan tingkat signifikansi sebesar 1%, sehingga jumlah tersebut telah memenuhi kriteria minimum.

Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan *software SmartPLS*, yang dipilih karena mampu mengolah model dengan sampel relatif kecil tanpa asumsi distribusi normal (Melliana *et al.*, 2024). Analisis meliputi evaluasi model pengukuran (*outer model*) untuk menguji validitas dan reliabilitas melalui *loading factor* ($> 0,7$), *AVE* ($\geq 0,5$), *Fornell-Larcker*, *cross loading*, serta *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* ($\geq 0,7$). Selanjutnya evaluasi model struktural (*inner model*) digunakan untuk menguji hubungan antar variabel melalui nilai *R-square* (R^2) dan uji signifikansi *bootstrapping* dengan kriteria *t-statistic* $> 1,659$ dan *p-value* $< 0,05$.

Hasil dan Pembahasan

Data penelitian dikumpulkan melalui 111 kuisioner yang disebarkan kepada pelanggan dengan rentang usia 17 hingga 61 tahun, yang tersebar pada enam area pengantaran, yaitu Kayu kapur (21), Bukit nenas (21), Bagan besar (19), kampung baru (19), Gurun Panjang (17) dan Bukit kerikil (14). Data yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan *software SmartPLS* melalui dua tahap utama, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*). Gambar 1 menunjukkan model awal penelitian hasil proses *calculate* pada *SmartPLS*, yang menggambarkan hubungan antar variabel laten dengan indikatornya serta nilai *loading factor* untuk masing-masing indikator. Variabel laten yang dianalisis meliputi *assurance* (A), *reliability* (RLB), *empathy* (E), *responsiveness* (RSP), dan kepuasan pelanggan (KP). Pada tahap ini terlihat bahwa masih terdapat beberapa indikator dengan nilai *loading factor* dibawah batas yang diisyaratkan, sehingga perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut melalui pengujian validitas untuk memperoleh model yang lebih optimal.



Gambar 1. Model Awal Penelitian hasil pengolahan *SmartPLS*
Sumber : Pengolahan data, 2025

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara tepat. Pengujian validitas menggunakan *software SmartPLS*, yang meliputi dua aspek utama, yaitu *convergent validity* dan *discriminant validity*.

1. Convergent validity

Pengujian *convergent validity* dilakukan melalui evaluasi nilai *loading factor* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Suatu indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai *loading factor* $> 0,7$, sedangkan konstruk dinyatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai AVE $\geq 0,5$, yang menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan varians indikator dengan baik.

Tabel 1. Nilai *Loading Factor* seluruh indikator

	A	E	KP	RLB	RSP
A1	0,735				
A2	0,613				
A3	0,769				
A4	0,779				
A5	0,582				
E1		0,738			
E2		0,795			
E3		0,662			
E4		0,818			
E5		0,730			
KP1			0,769		
KP2			0,749		
KP3			0,711		
KP4			0,753		
RLB1				0,850	
RLB2				0,788	
RLB3				0,749	
RLB4				0,551	
RLB5				0,745	
RSP1					0,763
RSP2					0,783
RSP3					0,793
RSP4					0,609
RSP5					0,732

Sumber: Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data pada model awal, Tabel 1 menyajikan nilai *loading factor* untuk setiap indikator pada hasil perhitungan awal. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa indikator yang belum memenuhi kriteria validitas karena nilai *loading factor* dibawah batas yang diisyaratkan. Indikator yang tidak valid ditandai dengan warna merah, sedangkan indikator yang valid ditandai dengan warna hijau. Indikator yang tidak memenuhi kriteria tersebut meliputi A2, A5, E3, RLB4, dan RSP4, sehingga perlu dieliminasi dari model sebelumnya.

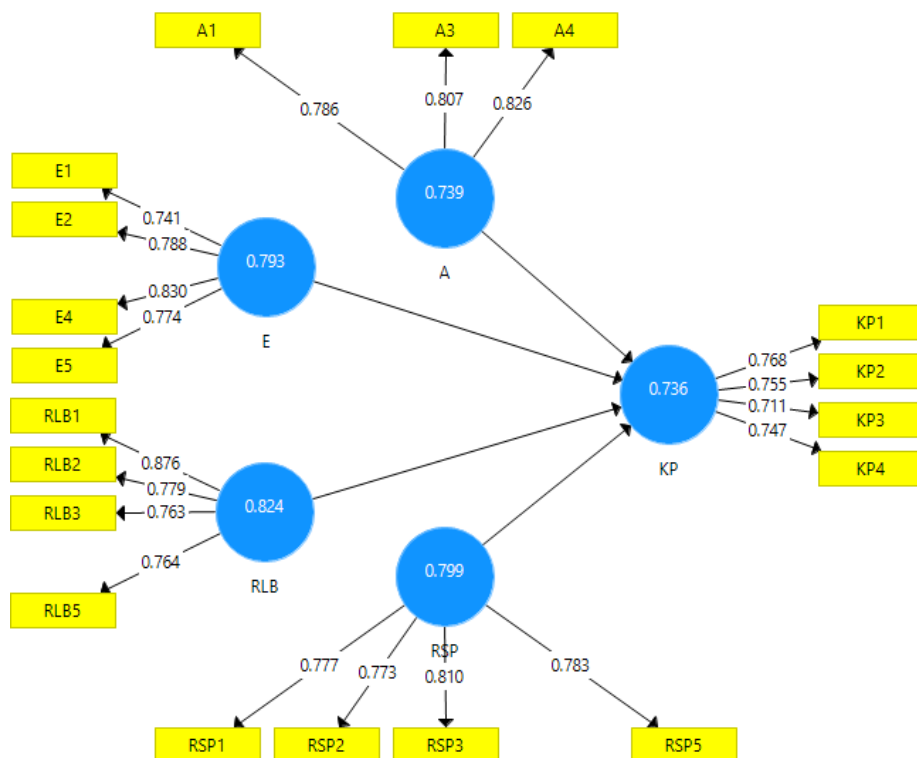
Tabel 2. *Construct Reliability dan Validity*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
A	0,733	0,739	0,848	0,650

E	0,790	0,793	0,864	0,615
KP	0,734	0,736	0,833	0,556
RLB	0,809	0,824	0,874	0,635
RSP	0,794	0,799	0,866	0,617

Sumber: Pengolahan Data, 2025

Selanjutnya, setelah indikator-indikator yang tidak valid dieliminasi dari model, dilakukan evaluasi terhadap nilai *Average Variance Exctracted* (AVE) untuk memastikan terpenuhinya *convergent validity*. Berdasarkan hasil pengolahan data sebagaimana terlihat pada Tabel 2, seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai AVE diatas 0,5. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel laten memiliki tingkat validitas konvergen yang baik. Dengan terpenuhinya kriteria validitas tersebut, diperoleh model akhir penelitian ini, sebagaimana disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Model Akhir Penelitian hasil pengolahan *SmartPLS*
Sumber : Pengolahan Data, 2025

2. Discriminant validity

Pengujian *discriminant validity* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konstruk memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya. Evaluasi pada penelitian ini dilakukan menggunakan dua pendekatan, yaitu *Fornell-Larcker Criterion* dan *Cross loading*. Berdasarkan hasil pada Tabel 3, nilai akar kuadrat dari *Average Variance Exctracted* (AVE) yang ditunjukkan pada nilai diagonal masing-masing konstruk memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan korelasi dengan konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel laten telah memenuhi

kriteria *discriminant validity*, sehingga masing-masing konstruk memiliki karakteristik yang berbeda dan tidak mengalami tumpang tindih dengan konstruk lainnya. Sebagai contoh, variabel *assurance* (A) memiliki nilai sebesar 0,806, yang lebih tinggi dibandingkan nilai korelasinya dengan variabel lain.

Tabel 3. Fornell Larcker Criterion

	A	E	KP	RLB	RSP
A	0,806				
E	0,602	0,784			
KP	0,796	0,722	0,746		
RLB	0,622	0,599	0,726	0,797	
RSP	0,703	0,685	0,734	0,654	0,786

Sumber: Pengolahan Data, 2025

Selanjutnya, pengujian dilakukan melalui analisis *cross loading*, sebagaimana disajikan pada Tabel 4. Hasil pengujian menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai korelasi yang lebih tinggi terhadap konstruk yang diukurnya dibandingkan terhadap konstruk lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa masing-masing indikator telah mampu merepresentasikan variabel laten secara tepat, sehingga model penelitian memenuhi kriteria *discriminant validity*.

Tabel 4. Cross Loading

	A	E	KP	RLB	RSP
A1	0,786	0,507	0,547	0,474	0,519
A3	0,807	0,507	0,701	0,553	0,691
A4	0,826	0,447	0,660	0,471	0,476
E1	0,446	0,741	0,520	0,380	0,449
E2	0,356	0,788	0,562	0,488	0,524
E4	0,528	0,830	0,593	0,500	0,655
E5	0,551	0,774	0,585	0,503	0,508
KP1	0,500	0,535	0,768	0,736	0,554
KP2	0,719	0,456	0,755	0,545	0,657
KP3	0,689	0,433	0,711	0,408	0,449
KP4	0,457	0,740	0,747	0,465	0,517
RLB1	0,568	0,555	0,669	0,876	0,598
RLB2	0,486	0,448	0,621	0,779	0,534
RLB3	0,439	0,382	0,447	0,763	0,444
RLB5	0,475	0,505	0,540	0,764	0,485
RSP1	0,522	0,377	0,510	0,472	0,777
RSP2	0,555	0,580	0,589	0,518	0,773
RSP3	0,577	0,611	0,647	0,503	0,810
RSP5	0,551	0,558	0,546	0,564	0,783

Sumber: Pengolahan Data, 2025

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai tingkat konsistensi setiap konstruk dalam penelitian. Evaluasi reliabilitas dilakukan melalui nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, dengan kriteria nilai $\geq 0,7$ menunjukkan reliabilitas yang

dapat diterima, sedangkan nilai $\geq 0,8$ menunjukkan reliabilitas yang sangat baik. Berdasarkan hasil pengolahan pada Tabel 2, seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0,7, sehingga seluruh konstruk dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Evaluasi *Inner Model* (Model struktural)

Evaluasi *inner model* dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel laten eksogen dalam menjelaskan variabel laten endogen. Pengujian ini dilakukan melalui nilai *R-square* (R^2), yang menunjukkan besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam model penelitian. Berdasarkan hasil yang terlihat pada Tabel 5, variabel kepuasan pelanggan (KP) memiliki nilai *R-square* sebesar 0,770. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel (A), (E), (RLB), (RSP) secara simultan memiliki pengaruh sebesar 77% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 23% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Tabel 5. *R-square*

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
KP	0,770	0,762

Sumber: Pengolahan Data, 2025

Analisis Koefisien Jalur (*Bootstrapping*)

Pengujian koefisien jalur dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen. Hubungan antar variabel dinyatakan signifikan apabila memiliki nilai *t-statistics* $> 1,659$ dan *p-value* $< 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 6, Variabel (A) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (KP), dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,415, *t-statistic* sebesar 4,859, dan *p-values* sebesar 0,0001. Variabel (E) juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,247, *t-statistic* sebesar 3,198, dan *p-values* sebesar 0,002. Selanjutnya, variabel (RLB) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,247, *t-statistic* sebesar 3,707, dan *p-value* sebesar 0,001.

Berbeda dengan variabel lainnya, variabel (RSP) memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,112, *t-statistic* sebesar 1,381, dan *p-value* sebesar 0,170. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *Responsiveness* belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Ekspedisi XYZ.

Tabel 6. Koefisien Jalur (*Bootstrapping*)

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T-Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P-Values</i>
A $\rightarrow$ KP	0,415	0,438	0,085	4,859	0,001
E $\rightarrow$ KP	0,247	0,248	0,077	3,198	0,002
RLB $\rightarrow$ KP	0,247	0,249	0,067	3,707	0,001
RSP $\rightarrow$ KP	0,112	0,088	0,081	1,381	0,170

Sumber: Pengolahan Data, 2025

Analisis dan Evaluasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga dimensi kualitas pelayanan, yaitu *assurance*, *empathy*, dan *reliability*, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Jasa Ekspedisi XYZ. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan kurir menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, khususnya melalui aspek profesionalisme, kepedulian terhadap pelanggan, serta keandalan proses pengiriman. Dalam layanan Ekspedisi, pelanggan tidak hanya menilai keberhasilan paket sampai ke tujuan, tetapi juga kualitas interaksi selama proses pengantaran. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Rachmawati and Fitriani, 2023) yang menyatakan bahwa keandalan layanan dan kualitas interaksi memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada sektor logistik dan jasa pengiriman.

Di antara seluruh variabel yang diuji, dimensi *assurance* memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan. Kondisi ini menunjukkan bahwa rasa aman, kepercayaan, serta profesionalisme kurir menjadi aspek yang paling diprioritaskan pelanggan dalam menggunakan jasa ekspedisi. Dalam layanan pengiriman, pelanggan menyerahkan barang kepada perusahaan dengan harapan paket dapat diterima dalam kondisi aman, tepat alamat, dan tepat waktu. Oleh karena itu, pelanggan cenderung merasa lebih puas ketika kurir mampu memberikan pelayanan yang sopan, bertanggung jawab, serta mampu menjaga keamanan paket selama proses distribusi. Kemampuan kurir dalam memberikan rasa percaya dan menunjukkan profesionalisme selama proses pengantaran menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan pelanggan. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa pada industri jasa logistik, tingkat kepercayaan pelanggan terhadap kualitas pelayanan kurir memiliki peran yang sangat penting karena layanan yang diberikan berhubungan langsung dengan risiko kerusakan maupun kehilangan barang.

Selanjutnya, dimensi *empathy* menunjukkan bahwa perhatian, kepedulian, dan kemampuan kurir dalam berinteraksi dengan pelanggan turut menciptakan pengalaman layanan yang positif. Sementara itu, dimensi *reliability* menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman, keakuratan alamat, serta kemampuan kurir menjaga kondisi paket menjadi aspek yang sangat diperhatikan pelanggan. Temuan ini memperkuat bahwa pelanggan jasa Ekspedisi lebih memprioritaskan kualitas hasil layanan (*outcome quality*), khususnya ketepatan dan keamanan pengiriman, dibandingkan aspek pelayanan lainnya. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian (Salahudin, Hartono and Juliansi, 2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman.

Berbeda dengan dimensi lainnya, *responsiveness* menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kecepatan tanggapan dalam menangani keluhan atau permintaan pelanggan belum menjadi faktor dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan pada jasa Ekspedisi XYZ. Dalam layanan kurir, pelanggan umumnya lebih memprioritaskan kepastian paket diterima dengan aman dan tepat waktu dibandingkan kecepatan respons terhadap kendala yang terjadi. Meskipun demikian, perusahaan tetap perlu meningkatkan sistem komunikasi dan penanganan keluhan pelanggan secara lebih efektif untuk mendukung kualitas pelayanan secara berkelanjutan serta menjaga loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan kurir memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Ekspedisi XYZ di Kota Dumai. Hasil analisis menunjukkan bahwa dimensi *assurance*, *empathy*, dan *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan dimensi *responsiveness* berpengaruh positif namun tidak signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa pelanggan lebih memprioritaskan aspek kepercayaan, profesionalisme kurir, kepedulian terhadap pelanggan, serta keandalan proses pengiriman dalam membentuk kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan penguatan kualitas pelayanan kurir melalui peningkatan ketepatan waktu pengiriman, profesionalisme dalam berinteraksi dengan pelanggan, serta penanganan keluhan yang lebih efektif dan responsif guna menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berkaitan dengan layanan ekspedisi serta memperluas jumlah responden dan cakupan wilayah penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- Ainy Ainassyifa, F. (2023) 'Pengaruh Kualitas Layanan, Perceived Value, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan Jasa Pengiriman', *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management*, 01(06), pp. 99–115.
- Caroline, C., Setyawati, I. and Supandi, E.D. (2024) 'Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk AMDK', *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 23(1), p. 55. Available at: <https://doi.org/10.20961/performa.23.1.84210>.
- Erik, erikgilang, & Laeli, W. (2025). Pengaruh Fasilitas Kerja dan Keramahan Karyawan Terhadap Kinerja dan Kenyamanan Konsumen (Studi Kasus Pada PT Kereta Api Indonesia). *Jurnal ARTI (Aplikasi Rancangan Teknik Industri)*, 20(2), 112–122. <https://doi.org/10.52072/arti.v20i2.1374>
- Fitri, N.A. (2023) 'Dampak E-Commerce terhadap Strategi Pemasaran (Studi Kasus pada Platform Shopee)', *PROCURATIO: Jurnal Manajemen & Bisnis*, 01(2), pp. 45–55.
- Goenawan, A.H. and Ekawati, Y. (2021) 'Analisis Kepuasan Pelanggan di Metro Musik Malang Menggunakan Metode SERVQUAL, IPA, dan QFD', *Jurnal Sains dan Aplikasi Keilmuan Teknik Industri (SAKTI)*, 1(1).
- Hafrida, E., Yusrizal and Zuhdi, A. (2024) 'Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Oto Car Wash di Kota Dumai', *Jurnal ARTI (Aplikasi Rancangan Teknik Industri)*, 19(2), pp. 183–189. Available at: <https://doi.org/10.52072/arti.v19i2.1103>.
- Indrasari, M. (2019) *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irvani, A. ., Arif, M., & Rahmi, H. . (2021). Kepuasan Pengguna Wika Solar Water Heater Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index Pada CV Vania Jaya Plumbing. *Jurnal ARTI (Aplikasi Rancangan Teknik Industri)*, 16(2), 130–139. <https://doi.org/10.52072/arti.v16i2.257>
- Melliana, M. *et al.* (2024) 'Penerapan Sistem Manajemen Rantai Pasok UKM

- Dodol Nenas dengan Menggunakan Metode Partial Least Square’, *Factory Jurnal Industri, Manajemen dan Rekayasa Sistem Industri*, 2(2), pp. 60–68. Available at: <https://doi.org/10.56211/factory.v2i2.453>.
- Parasuraman, a, Zeithaml, V. a and Berry, L.L. (1988) ‘SERQUAL: A Multiple-Item scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality’, *Journal of Retailing*, p. 28. Available at: [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00084-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00084-3).
- Prasetyo, R.B. (2023) ‘Pengaruh E-Commerce dalam Dunia Bisnis’, *Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(1), pp. 1–12.
- Rachmawati, N.L. and Fitriani, M. (2023) ‘Pengukuran Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Service Quality (SERVQUAL): Studi Kasus PT Pos Indonesia Kota Metro’, *Jurnal PASTI: Penelitian dan Aplikasi Sistem dan Teknik Industri*, 15(1).
- Rushton, A., Croucher, P. and Baker, P. (2014) *The Handbook of Logistics and Distribution Management*. 5th ed. London: Kogan Pages.
- Salahudin, Hartono, A. and Juliansi (2024) ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Shopee Express’, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), pp. 59–64. Available at: <https://doi.org/10.55049/jeb.v16i2.305>.
- Solihat, M. and Sandika, D. (2022) ‘E-commerce di Industri 4.0’, *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 16(2), pp. 273–281. Available at: <https://doi.org/10.32812/jibeka.v16i2.967>.
- Tarigan K, A. (2022) ‘Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Terhadap Konsumen JNE Express Cabang Lubuk Pakam’, *Jurnal AKTUAL*, 20(2), pp. 1–10.
- Timmerman, G.N., Soepeno, D. and Raintung, M.C. (2023) ‘The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction Using Delivery Services At Tiki Garuda Agent Manado Branch’, *Jurnal EMBA*, 11(3), pp. 51–61.