



RESPON KONSUMEN TENTANG KUALITAS PELAYANAN, PENERIMAAN TEKNOLOGI “TRACKING SYSTEM” DAN HARGA PADA INDUSTRI JASA PENGIRIMAN

Echo Perdana Kusumah*
Universitas Bangka Belitung

INFO ARTIKEL

DOI: 10.32812/jibeka.v13i2.146

ISSN-P: 0126-1258
ISSN-E: 2620-875X

Keywords: *Shipping Service,
Customer Satisfaction, J&T,
Logistic Labor*

ABSTRACT

E-commerce technology development has a positive impact on the world of shipping services. Shipping service industry is currently competing to provide the best experience to their consumers. This study aims to provide a descriptive description several factors such as service quality, use of technology, and prices offered by J&T shipping service companies. J&T is a new shipping service industry competing in the shipping service market in Indonesia. Descriptive statistical analysis was used in this study using a questionnaire instrument accompanied by interviews and field observations. Samples in this study amounted to 350 respondents who were divided according to the sub-districts in Pangkalpinang city using quota sampling technique. Results showed that service quality has a moderate category which means that customer satisfaction is good enough. While the acceptance of technology and prices or tariffs are included in the high category, where consumers are satisfied with this. Service quality provided by J&T in Pangkalpinang city is still not enough due to the lack of workforce or labor problem both from front office position and delivery courier.

ABSTRAK

Kata Kunci: *Jasa Pengiriman,
Kepuasan Konsumen, J&T,
Karyawan Logistik*

Perkembangan teknologi e-commerce memberikan dampak positif bagi dunia jasa pengiriman. Industri jasa pengiriman saat ini berlomba untuk memberikan pengalaman terbaik kepada konsumen mereka. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara deskriptif mengenai faktor-faktor kualitas pelayanan, penggunaan teknologi, dan harga yang ditawarkan oleh perusahaan jasa pengiriman J&T. J&T tergolong industri jasa pengiriman yang baru bersaing di kancah pasar jasa pengiriman di Indonesia. Analisis statistik deskriptif digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan instrumen kuesioner yang disertai dengan wawancara dan observasi lapangan. Jumlah sampel pada penelitian ini sebesar 350 responden yang dibagi menurut kecamatan yang ada di Kota Pangkalpinang dengan menggunakan teknik quota sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki kategori sedang yang berarti kepuasan konsumen sudah cukup baik. Sedangkan penerimaan teknologi dan harga atau tarif masuk dalam kategori tinggi, dimana konsumen sudah puas dengan hal tersebut. Kualitas pelayanan yang diberikan J&T Kota Pangkalpinang masih belum baik dikarenakan permasalahan kurangnya tenaga kerja baik dari posisi front office maupun kurir pengantar.



© 2019 Jibeka. All rights reserved

*Corresponding author
e-mail: ecopk84@gmail.com

Pendahuluan

Perkembangan pasar jasa pengiriman/ekspedisi saat ini di Indonesia semakin meningkat, hal tersebut diakibatkan oleh beberapa faktor yang diantaranya paling utama adalah hadirnya pasar elektronik atau dapat disebut juga *e-commerce* (Mangiaracina, 2015). Persaingan ketat tentu akan terjadi diantara industri jasa pengiriman baik itu badan usaha nasional maupun swasta seperti Pos Indonesia, JNE, TIKI, J&T, dan sebagainya. Persaingan tersebut menuntut perusahaan untuk melakukan diferensiasi jasa sebagai salah satu strategi untuk memenangkan pasar. Pasar jasa pengiriman saat ini dipenuhi oleh konsumen-konsumen yang memiliki karakteristik "*easy shopping*" dimana konsumen tersebut tidak perlu bersusah payah untuk datang menjumpai pusat perdagangan secara fisik. Hal tersebut memberikan alasan kenapa industri jasa pengiriman perlu untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen yang memerlukan jasa pengiriman (Shin et al., 2017). Kepuasan para konsumen industri jasa pengiriman tersebut dapat dibentuk oleh beberapa faktor diantaranya kualitas pelayan, teknologi *tracking system*/sistem pelacak dan harga yang ditawarkan.

Kualitas pelayanan dapat memberikan suatu kepuasan bagi konsumen yang menginginkan suatu jasa (Halvorsrud et al., 2016; Collier & Bienstock, 2015) pada hal ini adalah jasa pengiriman (Limbourg et al., 2015). Kualitas pelayanan dapat membentuk suatu nilai oleh konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diharapkan serta yang diterima (Carbone, 2017). Perusahaan jasa pengiriman dapat memberikan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan berupa kecepatan pengiriman, ketepatan pengiriman dan keramahan dalam membentuk suatu nilai kepuasan bagi konsumen. Kecepatan dan ketepatan jasa pengiriman mampu didukung oleh sistem pelacak yang saat ini semua industri jasa pengiriman mengaplikasikannya. Penelitian McFarlane et al. (2016) membuktikan bahwa teknologi sistem pelacak dapat memberikan kemudahan para konsumen untuk memantau proses produk yang mereka pesan, dimana dapat dilacak secara *real-time* (Zhang et al., 2016).

Selain dari faktor kualitas pelayanan, teknologi pelacak pesanan, harga atau tarif pada istilah jasa pengiriman merupakan faktor penting dalam pemilihan industri jasa pengiriman yang dipilih oleh konsumen (Eldev-Ochir, 2016; Yu et al., 2016). Tarif pada industri jasa pengiriman di Indonesia memiliki penawaran yang variatif dimana harga yang ditawarkan pun tidak berbeda jauh satu sama lainnya jika melihat dari aplikasi-aplikasi *online shopping* yang populer di Indonesia. Preferensi konsumen dalam memilih tarif yang murah atau mahal mungkin dapat bergantung kepada kualitas pelayanan yang diberikan atau pengalaman menggunakan jasa pengiriman. Biasanya kita sebagai konsumen, akan mendapatkan efek jera untuk menggunakan kembali jika pelayanan yang diberikan tidak memuaskan atau bahkan buruk. Dari berbagai macam penyedia layanan pengiriman yang ada, penelitian ini mencoba untuk mengeksplorasi salahsatu perusahaan jasa pengiriman yang baru muncul di Kota Pangkalpinang yaitu J&T.

Kota Pangkalpinang merupakan ibukota dari daerah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung di Indonesia. Karena kota tersebut terletak di daerah kepulauan, maka jasa pengiriman menjadi suatu media transaksi produk yang penting bagi masyarakat kota tersebut. J&T merupakan salahsatu perusahaan jasa pengiriman swasta yang dapat menyaingi perusahaan jasa pengiriman yang telah bereputasi nasional maupun swasta. Dengan hadirnya J&T di Kota Pangkalpinang maka persaingan perusahaan jasa pengiriman untuk memberikan kualitas pelayanan, penggunaan teknologi pelacak dan penawaran harga atau tarif menjadi faktor-faktor acuan pada penelitian ini. Tujuan penelitian ini untuk

mendapatkan gambaran nyata atau respon dari masyarakat Kota Pangkalpinang yang pernah menggunakan jasa pengiriman melalui faktor-faktor yang telah disebutkan sebelumnya pada perusahaan J&T.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode statistik deskriptif dengan menyebarkan instrumen kuesioner elektronik. Kuesioner tersebut ditentukan oleh peneliti melalui penyaringan data pelanggan J&T berdasarkan alamat tujuan paket pelanggan beserta nomor telfon pelanggan di Kota Pangkalpinang dengan menggunakan teknik *quota sampling*. Terdapat 7 (tujuh) kecamatan di Kota Pangkalpinang, dimana setiap kecamatan diwakili oleh 50 responden, sehingga responden yang akan diberikan kuesioner berjumlah 350 orang. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan sarana media sosial berupa Whats App (WA) dengan batas waktu yang telah ditentukan selama satu bulan. Analisis data statistik deskriptif digunakan untuk mengolah data faktor kualitas pelayanan, penggunaan teknologi sistem pelacak/*tracking systems*, dan harga/tarif yang akan dikelompokkan terhadap jumlah skor responden.

Pertanyaan-pertanyaan kualitas pelayanan diadaptasi dari model Zeithaml et al. (1990) dengan menggunakan beberapa indikator berupa *responsiveness* dan *reliability*. Pertanyaan penggunaan teknologi sistem pelacak menggunakan model UTAUT (Vankatesh et al. 2003) dengan mengambil indikator pertanyaan berupa *performance expectancy*. Sedangkan pada faktor harga/tarif menggunakan indikator kesesuaian harga oleh Kotler dan Keller (2007). Skor jawaban disusun berdasarkan ketentuan penelitian untuk setiap item pertanyaan. Setiap faktor/variabel penelitian disusun melalui tabel distribusi frekuensi untuk melihat tingkat nilai (skor) variabel penelitian yang didasarkan pada skor rata-rata jawaban masuk kedalam kategori sangat rendah, rendah, sedang, tinggi atau sangat tinggi.

Tabel 1. Skala statistik deskriptif

No	Skala	Keterangan
1	1,00 – 1,80	Sangat Rendah
2	1,81 – 2,60	Rendah
3	2,61 – 3,40	Sedang
4	3,41 – 4,20	Tinggi
5	4,21 – 5,00	Sangat Tinggi

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Setelah satu bulan penyebaran kuesioner elektronik, dari 350 sampel yang disebarkan, hanya 177 responden yang memberikan respon dan layak untuk diteruskan mengingat jumlah sampel yang diterima lebih dari 50%. Dalam pemberian nilai rata-rata responden yang proporsional setiap kecamatan, maka peneliti mengeliminasi secara random beberapa data responden, sehingga nilai rata-rata yang diperoleh memiliki nilai yang valid. Setelah proses eliminasi, didapatkan jumlah responden per kecamatan sebesar 25 responden dengan total seluruh kecamatan sebesar 175 responden.

Profil responden yang didapatkan berdasarkan klasifikasi jenis kelamin, memberikan gambaran bahwa dominan pengguna jasa pengiriman berstatus jenis kelamin perempuan sebesar 83% dan sisanya sebesar 17% laki-laki. Pada klasifikasi umur, 30% responden berumur antara 17-27 tahun, 57% berumur antara 28-38 tahun, dan 13% berumur antara

39-49 tahun. Sedangkan pada status pekerjaan, dominan 90% telah bekerja dan 10% belum bekerja. Berdasarkan hasil pengolahan data diatas, pengguna jasa pengiriman mayoritas adalah perempuan yang memiliki umur antara 28-38 tahun dengan status telah memiliki pekerjaan.

Keterkaitan hasil data profil responden akan bersangkutan dengan perilaku berbelanja *online* dimana secara rasional jika seseorang berbelanja *online*, maka dapat dipastikan akan terdapat jasa pengiriman untuk mengirimkan produk yang dibeli oleh seseorang tersebut. Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian Chen et al. (2015) yang meneliti masalah jenis kelamin terhadap perilaku berbelanja *online*, dimana jenis kelamin perempuan dominan untuk berbelanja secara *online* dibandingkan dengan jenis kelamin laki-laki. Pada hasil data tentang kualitas pelayanan, penggunaan teknologi sistem pelacak dan harga/tarif dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Rekapitulasi jawaban rata-rata responden

No.	Indikator Pertanyaan	Rata-rata	Kategori Penilaian
Kualitas Pelayanan			
1	<i>Responsiveness.1</i>	3,01	Sedang
2	<i>Responsiveness.2</i>	2,83	Sedang
3	<i>Reliability.1</i>	3,59	Tinggi
4	<i>Reliability.2</i>	3,40	Tinggi
Penggunaan Teknologi			
5	<i>Performance.1</i>	4,10	Tinggi
6	<i>Performance.2</i>	4,11	Tinggi
7	<i>Performance.3</i>	4,53	Sangat Tinggi
8	<i>Performance.4</i>	4,50	Sangat Tinggi
Harga/Tarif			
9	<i>Price.1</i>	4,10	Tinggi
10	<i>Price.2</i>	4,12	Tinggi
11	<i>Price.3</i>	4,00	Tinggi
12	<i>Price.4</i>	4,02	Tinggi
Rekapitulasi jawaban rata-rata responden			
No.	Variabel	Rata-rata	Kategori Penilaian
1	Kualitas Pelayanan	3,21	Sedang
2	Penggunaan Teknologi	4,31	Sangat Tinggi
3	Harga/Tarif	4,06	Tinggi

Berdasarkan data Tabel 2 di atas, faktor kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata 3,21 dengan kategori penilaian sedang. Kategori sedang tersebut menunjukkan masih belum puasnya konsumen jasa pengiriman J&T terhadap pelayanan yang berupa kecepatan, ketepatan dan keramahan. Nilai yang rendah pada indikator *responsiveness* menunjukkan respon J&T dalam berkomunikasi tidak begitu dapat diandalkan yang sejalan dengan penelitian Wang et al. (2015). Berdasarkan hasil observasi lapangan peneliti, ditemukan bahwa jumlah sumber daya manusia atau tenaga kerja yang ada belum mencukupi jumlah yang proporsional dalam pelayanan, hal tersebut terbukti dengan banyaknya lowongan pekerjaan yang ditawarkan J&T di Kota Pangkalpinang. Kurangnya tenaga kerja berpengaruh terhadap kualitas *front office* memberikan layanan kepada konsumen yang ingin melakukan transaksi atau mendapatkan informasi (Bealt et al., 2016). Pada penelitian Wibowo dan Muhtarom (2018) yang meneliti J&T di Kabupaten Lamongan, menyatakan bahwa kualitas pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness*,

Reliability, Tangible) secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T dan variabel *Reliability* merupakan variabel yang lebih dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan J&T. Dengan dominannya nilai variabel *reliability* atau kehandalan, hal tersebut menunjukkan kesamaan pada hasil deskriptif pada penelitian J&T yang ada di Kota Pangkalpinang. Selain dari pada hasil penelitian diatas, hal yang serupa dari hasil penelitian Sakti & Mahfudz (2018) yang menyatakan kualitas pelayanan J&T di Kota Semarang memiliki pengaruh yang positif dan signifikan; Choiratunnisa, Rachma, & Hufron (2018) menyatakan kualitas pelayanan J&T di Kota Probolinggo memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Kualitas pelayanan dengan kategori sedang secara keseluruhan dapat dikatakan masih dalam kategori cukup baik. Perusahaan jasa pengiriman J&T di Kota Pangkalpinang tergolong masih baru dalam memasuki pasar jasa pengiriman. Oleh karena itu, hasil kategori sedang dapat dimaklumi dan dapat diyakinkan bahwa J&T dapat bersaing secara kompetitif bahkan dapat merebut pangsa pasar dari pesaing ketatnya seperti perusahaan jasa pengiriman JNE.

Penelitian yang bersangkutan dengan penerimaan teknologi khususnya "*Tracking System*" pada perusahaan J&T sangatlah terbatas sehingga peneliti berusaha mendeskripsikan fenomena yang terjadi. Faktor penggunaan teknologi sistem pelacak/*tracking system* dalam memantau proses pengiriman oleh konsumen J&T memiliki kategori sangat tinggi. Kategori tersebut mencerminkan kemudahan konsumen dalam menggunakan aplikasi sistem pelacak yang disediakan oleh J&T. Namun ada hal yang menarik, ternyata ada beberapa konsumen J&T tidak menggunakan langsung aplikasi sistem pelacak yang disediakan oleh J&T, akan tetapi mereka menggunakan aplikasi pihak ketiga seperti cekresi.com atau berdu.id. Seperti yang diketahui, bahwa aplikasi sistem pelacak yang ada pada setiap perusahaan jasa pengiriman bersifat "*open-access*", sehingga siapapun didunia ini dapat mengaksesnya secara *online*. Kemudahan konsumen dalam menggunakan aplikasi sistem pelacak yang disediakan oleh perusahaan jasa pengiriman J&T sejalan dengan penelitian Gunasekaran et al. (2017). Penelitian yang bersangkutan dengan penerimaan teknologi khususnya "*Tracking System*" pada perusahaan J&T sangatlah terbatas sehingga peneliti berusaha mendeskripsikan fenomena yang terjadi

Teknologi sistem pelacak yang diterapkan oleh J&T hampir memiliki fitur yang sama dengan para pesaingnya, sehingga konsumen yang terbiasa menggunakan sistem pelacak perusahaan jasa pengiriman lainnya dapat dengan mudah menggunakannya. Dengan kehadiran *online-shopping* membuat para konsumen jasa pengiriman dari berbagai kalangan umur saat ini mampu untuk mengadaptasi teknologi informasi dengan tingkat penerimaan yang berbeda. Perusahaan jasa pengiriman maupun perusahaan *online shopping* mendesain teknologi informasi mereka semudah mungkin agar konsumen dapat mengaksesnya.

Pada faktor harga atau tarif, J&T memiliki nilai kategori yang tinggi, hal tersebut terbukti dari hasil wawancara dengan para konsumen jasa pengiriman dan observasi peneliti. Responden mengungkapkan bahwa harga yang ditawarkan oleh penyedia jasa pengiriman paket J&T lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya JNE. Hal tersebut dapat dilihat dari salahsatu aplikasi *online shopping* yang bernama "Shopee" dimana saat ini sedang populer dengan promosi yang setiap saat dapat kita lihat tahun ini. Pada aplikasi tersebut, terlihat perbedaan harga yang ditawarkan oleh penyedia jasa layanan pengiriman, perbedaan harga antara perusahaan jasa pengiriman terlihat jelas, dimana J&T memiliki harga yang paling murah walaupun perbedaan harganya hanya sekitar Rp 1.000. Perbedaan harga yang tidak terlalu signifikan memberikan suatu diferensiasi jasa yang dimiliki oleh J&T daripada

pesaingnya. Penelitian serupa mengenai harga yang ditawarkan J&T berpengaruh positif dan signifikan oleh Choirotunnisa, Rachma, & Hufron (2018) di Kota Probolinggo. Harga dapat mempengaruhi preferensi konsumen untuk memilih penyedia jasa layanan pengiriman, semakin murah harga jasa yang ditawarkan biasanya akan membuat konsumen untuk memilihnya (Zhang et al., 2015).

Kesimpulan

Faktor kualitas pelayanan, penggunaan teknologi sistem pelacak, dan harga atau tarif pada penelitian ini memberikan gambaran jelas kepuasan konsumen jasa pengiriman di Kota Pangkalpinang. Hasil data penelitian mengungkapkan kepuasan konsumen yang tinggi terhadap perusahaan jasa pengiriman J&T di Kota Pangkalpinang. Akan tetapi masih diperlukan perbaikan faktor kualitas pelayanan dimana kadar *responsiveness* yang diberikan oleh pihak J&T masih dalam kategori sedang. Pemenuhan sumber daya manusia di perusahaan jasa pengiriman tersebut perlu ditangani dengan cepat supaya tingkat pelayanan dapat meningkat. Diferensiasi jasa berupa harga dapat dikatakan cukup efektif walaupun tidak signifikan dalam hal jumlah nominal yang ditawarkan kepada konsumen jasa pengiriman. Sedangkan tingkat penerimaan teknologi sistem pelacak atau *tracking system* sudah dapat dikategorikan tidak ada masalah sehingga mendapatkan nilai yang tinggi. Penelitian mengenai perusahaan J&T belum terlalu banyak, jika merujuk kepada variabel penerimaan teknologi dan harga, sehingga masih perlu untuk dikembangkan. Penelitian kedepannya dapat menambahkan seluruh indikator dimensi dari setiap faktor-faktor yang ada pada penelitian ini, sehingga hasil yang didapatkan menjadi hasil yang terintegrasi dan memiliki cakupan yang cukup luas. Tidak hanya penambahan indikator dimensi, analisis data juga dapat dipertajam dengan menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) untuk memperkuat hasil penelitian yang bersifat empiris.

Daftar Pustaka

- Bealt, J., Fernández Barrera, J. C., & Mansouri, S. A. (2016). Collaborative relationships between logistics service providers and humanitarian organizations during disaster relief operations. *Journal of Humanitarian Logistics and Supply Chain Management*, 6(2), 118-144.
- Carbone, V., Rouquet, A., & Roussat, C. (2017). The Rise of Crowd Logistics: A New Way to Co-Create Logistics Value. *Journal of Business Logistics*, 38(4), 238-252.
- Choirotunnisa, C., Rachma, N., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Probolinggo (Studi Kasus Pada J&T Kota Probolinggo). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(01).
- Chen, Y., Yan, X., Fan, W., & Gordon, M. (2015). The joint moderating role of trust propensity and gender on consumers' online shopping behavior. *Computers in Human Behavior*, 43, 272-283.
- Collier, J. E., & Bienstock, C. C. (2015). A conceptual framework for measuring e-service quality. In *Creating and Delivering Value in Marketing* (pp. 158-162). Springer, Cham.
- Eldev-Ochir, E. (2016). Logistics and Transport Challenges in Mongolia. *The Northeast Asian Economic Review*, 4(2), 21-36.

- Ferdinand, A. T. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunasekaran, A., Subramanian, N., & Papadopoulos, T. (2017). Information technology for competitive advantage within logistics and supply chains: A review. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 99, 14-33.
- Halvorsrud, R., Kvale, K., & Følstad, A. (2016). Improving service quality through customer journey analysis. *Journal of service theory and practice*, 26(6), 840-867.
- Jie, Y. U., Subramanian, N., Ning, K., & Edwards, D. (2015). Product delivery service provider selection and customer satisfaction in the era of internet of things: A Chinese e-retailers' perspective. *International Journal of Production Economics*, 159, 104-116.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Limbourg, S., Giang, H. T. Q., & Cools, M. (2016). Logistics service quality: the case of Da Nang city. *Procedia engineering*, 142, 124-130.
- Mangiaracina, R., Marchet, G., Perotti, S., & Tumino, A. (2015). A review of the environmental implications of B2C e-commerce: a logistics perspective. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 45(6), 565-591.
- McFarlane, D., Giannikas, V., & Lu, W. (2016). Intelligent logistics: Involving the customer. *Computers in Industry*, 81, 105-115.
- Park, H. G., & Lee, Y. J. (2015). The Efficiency and Productivity Analysis of Large Logistics Providers Services in Korea. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 31(4), 469-476.
- Sakti, B. J., & Mahfudz, M. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada J&T Express Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 183-190.
- Shin, Y., Thai, V. V., Grewal, D., & Kim, Y. (2017). Do corporate sustainable management activities improve customer satisfaction, word of mouth intention and repurchase intention? Empirical evidence from the shipping industry. *The International Journal of Logistics Management*, 28(2), 555-570.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.
- Wang, M., Jie, F., & Abareshi, A. (2015). Evaluating logistics capability for mitigation of supply chain uncertainty and risk in the Australian courier firms. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 27(3), 486-498.
- Wibowo, P. A., & Muhtarom, A. (2018). Determinasi Kualitas Pelayanan: Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada J&T Express Lamongan). *Jurnal Manajemen*, 3(2), 664-671.
- Yu, Y., Wang, X., Zhong, R. Y., & Huang, G. Q. (2016). E-commerce logistics in supply chain management: Practice perspective. *Procedia Cirp*, 52, 179-185.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., Berry, L. L., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Simon and Schuster.

- Zhang, J., Nault, B. R., & Tu, Y. (2015). A dynamic pricing strategy for a 3PL provider with heterogeneous customers. *International Journal of Production Economics*, 169, 31-43.
- Zhang, Y., Liu, S., Liu, Y., & Li, R. (2016). Smart box-enabled product–service system for cloud logistics. *International Journal of Production Research*, 54(22), 6693-6706.