

**Analisis IPA Dan CSI Terhadap Kepuasan Pelanggan Market Place Pada
Pelayanan J&T Express Indonesia**

Ulta Rastryana

ulta.urs@bsi.ac.id

Universitas Bina Sarana Informatika

Usran Masahere

Universitas Bina Sarana Informatika

Santi Rusmayanti

Universitas Bina Sarana Informatika

ABSTRACT

Currently, with the advancement of information technology and the increasing number of Indonesian markets, more than 60% of Indonesians including millennials, entrepreneurs, employees, and housewives, have switched to using marketplaces such as Tokopedia, Shopee, Lazada, etc. for their daily needs. In this study, researchers want to summarize customer satisfaction when using the Shopee marketplace, especially those related to the services provided by PT. J&T Express Indonesia is located at the Koja Jakarta Utara. Researchers used raw data from a questionnaire of 100 respondents and used the IPA and CSI methods as analytical measuring tools to understand customer satisfaction. From the results of this study using the IPA method, there are several indicators of customer satisfaction that need to be improved both in quadrants I, II, III, and IV. Of the four quadrants, quadrant IV needs to improve the performance of the J&T Express company, although customers are satisfied customers also don't expect much from the J&T Express company. And if use the CSI method, you get 80.36%, which means that customers are satisfied with the services provided by J&T Express Indonesia.

Keywords : Market Place; IPA; CSI, Customer Satisfaction; Shipping Company

ABSTRAK

Saat ini, dengan kemajuan teknologi informasi dan peningkatan jumlah pasar Indonesia, lebih dari 60% masyarakat Indonesia termasuk kaum milenial, pengusaha, karyawan dan ibu rumah tangga, telah beralih menggunakan marketplace seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dll untuk kebutuhan sehari-hari. Dalam penelitian ini, peneliti ingin merangkum kepuasan pelanggan saat menggunakan marketplace shopee, khususnya yang berkaitan dengan layanan yang diberikan oleh PT. J&T Express Indonesia berlokasi di cabang koja Jakarta Utara. Peneliti menggunakan data mentah dari kuesioner 100 responden dan menggunakan metode IPA dan CSI sebagai alat ukur analitis untuk memahami kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian ini dengan menggunakan metode IPA, terdapat beberapa indikator kepuasan pelanggan yang perlu ditingkatkan baik yang berada di kuadran I, II, III dan IV. Dari keempat kuadran tersebut, kuadran IV perlu untuk di tingkatkan kinerja dari perusahaan J&T Express walaupun pelanggan puas tapi pelanggan juga tidak terlalu berharap banyak kepada perusahaan J&T Express. Dan jika menggunakan metode CSI diperoleh 80,36% yang berarti pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh J&T Express Indonesia.

Kata Kunci : Market Place; IPA; CSI; Kepuasan Pelanggan; Jasa Expedisi

INTRODUCTION

Di era globalisasi saat ini dengan teknologi informasi yang semakin maju, dengan meningkatnya permintaan masyarakat Indonesia dan persaingan bisnis, persaingan antara perusahaan manufaktur dan perusahaan jasa menjadi sangat ketat. Perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dalam menghadapi perusahaan pesaing. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas bagi kepentingan konsumen dengan memahami kebutuhan dan keinginannya

Kunci dari keunggulan bersaing yang terus menerus terletak pada penyampaian mutu layanan yang besar, yang pada gilirannya hendak berdampak pada kepuasan pelanggan. Terus menjadi banyaknya industri jasa pengiriman barang hingga membuat persaingan untuk membagikan pelayanan terbaik bagi konsumen jasa pengiriman barang. Kepuasan ataupun ketidakpuasan pelanggan ialah perbandingan antara kepentingan pelanggan serta kinerja yang dialami oleh pelanggan. Bagi (Afadil Darajat, 2018) Kepuasan konsumen ialah penilaian purna beli ataupun hasil penilaian setelah menyamakan apa yang dialami dengan kepentingannya. Dalam konsep kepuasan konsumen, ada 2 elemen yang pengaruhi ialah kepentingan serta kinerja. Bila kinerja industri lebih besar daripada kepentingan pelanggan, hingga pelanggan akan puas terhadap pelayanan industri. Sebaliknya bila kepentingan pelanggan lebih besar daripada kinerja industri hingga pelanggan akan tidak puas

Industri jasa serta pelayanan lebih menekankan pada mutu proses, sebab konsumen umumnya ikut serta langsung dalam proses tersebut. Sebaliknya industri yang menciptakan produk lebih menekankan kepada hasil, sebab konsumen biasanya tidak ikut serta langsung didalam prosesnya. Untuk itu dibutuhkan system manajemen mutu yang bisa membagikan jaminan kepada pihak konsumen kalau produk tersebut di hasilkan oleh proses yang bermutu. Geliat ekonomi ini membuktikan suatu trend pergantian dimana pasar konvensional sudah beralih kedalam wujud digital. Budaya digital tersebut menghasilkan pasar tertentu yang dituturkan sebagai market place (Kasmi, K., & Candra, 2017). Dengan terdapatnya market place, maka budaya serta kebiasaan berhubungan langsung antara penjual serta pembeli sudah berganti

Di sini peneliti memakai salah satu market place terbanyak di Indonesia ialah shopee, dimana shopee sangat banyak sekali pangsa pasarnya serta shopee selaku suatu ekosistem ecommerce (Sastika, 2018) memandang ceruk peluang dan tantangan buat merekrut para penjual, pembeli serta industri jasa ekspedisi buat bersama- sama dapat menghasilkan keuntungan berusaha, mendapatkan profit serta pastinya dapat membagikan kesempatan lapangan pekerjaan/ bisnis

Dasar dari penelitian ini adalah apakah layanan yang diberikan oleh J&T express dapat

memuaskan pengguna dan bagaimana layanan yang diberikan kepada pelanggan di shopee. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh J&T Express dengan menggunakan metode IPA dan CSI. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Naledra yang mengkaji persepsi publik terhadap layanan yang disediakan pemerintah (Rangga et al., 2021). Kajian lain yang dilakukan Kusumaningrum menggunakan IPA dan CSI untuk melihat bagaimana pelayanan yang diberikan kepada pengguna jasa angkutan massal (Wedagama, D. M. , Suthanaya, P. A., & Pramana, 2020). Jadi dari penelitian sebelumnya, maka bisa di susun gap penelitian. Gap dalam penelitian ini terletak pada proses penggunaan IPA dan CSI untuk mengukur kinerja layanan yang disampaikan secara digital dan mengelola konsumen melalui layanan di market place. Penelitian ini dilakukan penulis untuk menganalisis objek penelitian berupa layanan digital berbasis market place dengan fokus pada kepuasan pelanggan di pasar yang telah menerima layanan digital tanpa ada masalah interaksi langsung antara konsumen dan penyelenggara market place.

LITERATUR REVIEW

Jasa Expedisi

Di Indonesia terdapat beberapa perusahaan jasa ekspedisi barang yang cukup populer di kalangan masyarakat Indonesia antara lain J&T, JNE, Pos Indonesia, Tiki, First Logistics, Indah Logistik, Wahana Logistik, Pandu Logistik, RPX, Cahaya logistic, Go Send, Shopee Express,dst. Layanan yang ditawarkan perusahaan pengiriman bervariasi mulai dari menawarkan tujuan pengiriman dalam kota hingga ke luar kota.

J&T merupakan salah satu penyedia layanan pengiriman yang termasuk baru dan belum lama beroperasi. J&T merupakan perusahaan di bidang jasa pengiriman yang terus berkembang di Indonesia. Dalam hal waktu, J&T Express konsisten dalam melakukan pengiriman barang dengan kecepatan yang telah teruji dan tepat waktu. Selain itu juga memiliki sistem monitoring yang sangat baik melalui situs www.jetexpress.co.id. Untuk menarik konsumen, J&T menggunakan layanan pengiriman, terutama dengan menawarkan harga yang lebih baik dan kualitas layanan yang lebih baik. Hasil penelitian (Sazkya N., Anton, 2017) menunjukkan bahwa harga, kualitas layanan dan inovasi layanan memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pelanggan untuk layanan pengiriman J&T di cabang Koja, Jakarta utara.

Market Place

Tingginya permintaan masyarakat akan jasa pengiriman barang menjadi peluang bisnis tersendiri bagi perusahaan ekspedisi. Hal ini terlihat dengan banyaknya perusahaan yang melebarkan

sayangnya di bidang jasa pengiriman barang. (Ghajargar, M., Zenezini, G. & Montanaro, 2016) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa peningkatan layanan pengiriman barang disebabkan oleh pertumbuhan pasar yang lebih besar, yang menghadirkan tantangan besar bagi penyedia layanan pengiriman barang.

(Hidayat, 2019) menjelaskan faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman antara lain ketepatan waktu pengiriman, lokasi/aksesibilitas, pelayanan dan keamanan barang. Shopee merupakan salah satu marketplace yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan belanja instan dan proses pelayanan yang lebih cepat dibandingkan pasar lainnya. Peneliti tertarik untuk mengkaji fenomena pertumbuhan bisnis di marketplace dengan penggunaan armada kurir yang terintegrasi langsung ke dalam aplikasi digital marketplace yaitu shopee.

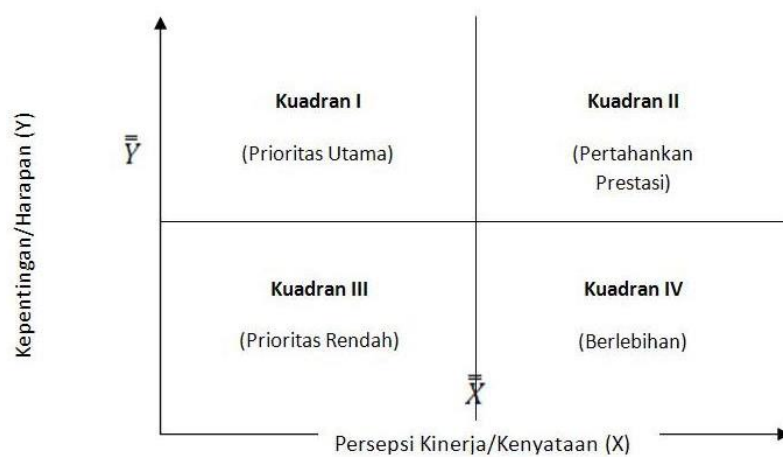
Kepuasan Pelanggan

Disaat ini dengan banyaknya market place di Indonesia, otomatis dapat memberikan rasa puas kepada pelanggannya, sehingga pelanggan dapat bertransaksi tanpa berjumpa dengan penjual, pelanggan dapat menghemat waktu dengan berbelanja praktis serta anggaran yang di keluarkan pelanggan otomatis lebih hemat bila di banding harus berbelanja langsung ke toko. Kepuasan pelanggan terjalin akibat terdapatnya persepsi harapan konsumen terhadap kinerja sesuatu produk terpenuhi sehingga menimbulkan perasaan aman dan puas (Apriyani, D. A., 2017) Kepuasan pelanggan menggambarkan sesuatu bentuk adanya layanan yang mempunyai kualitas. Tujuan dalam memberikan layanan yang berkualitas merupakan suatu upaya memenuhi maupun melebihi harapan pelanggan (Aditya Nalendra, A. R., Givan, B., & Sari, 2020)

Dengan paparan tersebut, hingga bisa disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari interaksi penjual yang sanggup membagikan nilai tambah terhadap produk ataupun jasa. dengan membagikan layanan yang bermutu.

IPA (Importance Performance Analysis)

Important performance analysis merupakan metode yang digunakan buat mengukur tingkatan kepentingan serta tingkatan kinerja atribut (Yesenia & Siregar, 2016). Penilaian tingkatan kinerja/kenyataan/kepuasan(performance) serta tingkatan kepentingan/harapan pelanggan (importance) dibuat dalam suatu matriks diagram kartesius dengan sumbu X mewakili tingkatan kinerja (performance) serta sumbu Y mewakili tingkatan kepentingan/harapan (importance). Tata cara metode IPA digunakan buat mengenali faktor- faktor apa saja yang wajib di tunjukkan perusahaan guna penuhi kepuasan pelanggannya. Berikut gambar diagram kartesius dari pola matrix IPA.



Gambar 1. Diagram Kartesius Matrix IPA

- Kuadran I**
Harapan pelanggan lebih tinggi (y) sedangkan kepuasaannya rendah (x), maka perlu di perbaiki oleh perusahaan
- Kuadran II**
Harapan pelanggannya (y) tinggi, kepuasaannya (x) juga tinggi, spesifikasi dan produk yg di hasilkan perusahaan sdh sesuai harapan pelanggan
- Kuadran III**
Perusahaan menyediakan barang/jasa tingkat kinerjanya rendah/kepuasaannya (x) rendah dan juga harapan pelanggan (y) juga rendah dan tdk memiliki pengaruh apa-apa ke pelanggan.
- Kuadran IV**
Kepuasaannya(x) tinggi sdngkan harapan (y) pelanggan kurang, pelanggan puas tapi pelanggan juga tidak terlalu berharap banyak utk barang/jasa yg di berikan oleh perusahaan.

CSI (Customer Satisfaction Index)

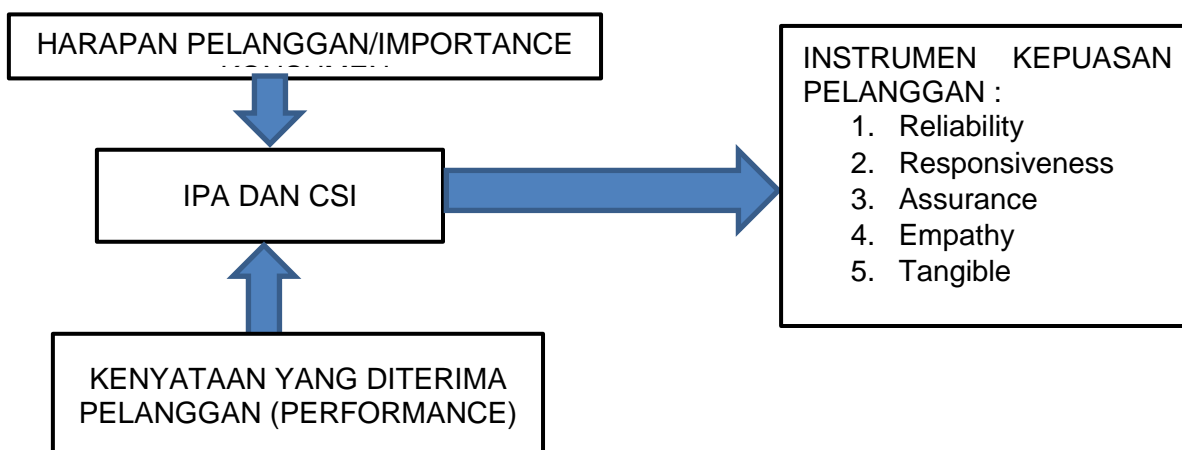
Customer Satisfaction Index (CSI) adalah metode untuk menganalisis kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan mempertimbangkan atribut barang/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Langkah-langkah untuk melakukan analisa CSI antara lain Penentuan MIS (Mean Importance Score) dan MSS (Mean Satisfaction Score, Mencari nilai WF (Weight Faktor), Mencari nilai WS (Weight Score). Dari langkah tersebut maka akan di dapat perhitungan CSI (Wibowo, T. J., & Ardhi, 2019). Berikut score nilai CSI untuk melihat tingkat kepuasan pelanggan :

Tabel 1. Score Nilai CSI

| Score Nilai | Katagori |
|-----------------|-------------------|
| 1. 81% - 100% | Sangat Puas |
| 2. 66% - 80,99% | Puas |
| 3. 51% - 65,99% | Netral |
| 4. 35% - 50,99% | Tidak Puas |
| 5. 0% - 34,99% | Sangat Tidak Puas |

METHODS

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif data primer dan sekunder. Data mentah adalah data yang diperoleh peneliti di lapangan dengan menyebarkan kuesioner online dan wawancara dengan pihak yang berkepentingan. Data sekunder dapat diperoleh dari literatur, buku, dan jurnal yang relevan dengan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode survei, teknik pengumpulan data dan wawancara langsung dengan pihak yang berkepentingan. Sampel penelitian adalah 100 pelanggan shopee cabang Koja Jakarta Utara. Peneliti juga menguji validitas dan reliabilitas butir soal yang diajukan kepada pelanggan shopee. Instrumen tersebut diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum diolah datanya menggunakan metode IPA dan CSI (Sugiyono, 2016). Model kerangka penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2. Kerangka Penelitian

RESULTS AND DISCUSSION

Uji Validitas dan Reliabilitas

Dari 100 responden pelanggan ekspedisi J&T yang menjadi responden dalam penelitian ini, khususnya indikator reliability, responsive, assurance, empathy, dan tangible telah diperoleh tingkat kesesuaian antara kinerja dengan kepentingan terhadap kualitas layanan J&T. Sebelum dilakukan

pengolahan data, perangkat diuji dengan uji validitas dan reliabilitas (Sugiyono, 2016) adapun indikator dari 16 item pertanyaan di peroleh persyaratan validitas di mana $R_{hitung} > R_{tabel}$ di tunjukan dengan tabel 2.

Tabel 2. Uji Validitas

| Indikator | No.Item Pertanyaan | R_{tabel} 5% (n=100) | R_{hitung} | Keterangan |
|----------------|--------------------|------------------------|--------------|------------|
| 1. Reliability | Pertanyaan 1 | 0,196 | 0,511 | Valid |
| | Pertanyaan 2 | 0,196 | 0,297 | Valid |
| | Pertanyaan 3 | 0,196 | 0,560 | Valid |
| 2. Responsive | Pertanyaan 4 | 0,196 | 0,293 | Valid |
| | Pertanyaan 5 | 0,196 | 0,427 | Valid |
| | Pertanyaan 6 | 0,196 | 0,310 | Valid |
| 3. Assurance | Pertanyaan 7 | 0,196 | 0,675 | Valid |
| | Pertanyaan 8 | 0,196 | 0,586 | Valid |
| | Pertanyaan 9 | 0,196 | 0,623 | Valid |
| 4. Emphathy | Pertanyaan 10 | 0,196 | 0,586 | Valid |
| | Pertanyaan 11 | 0,196 | 0,322 | Valid |
| | Pertanyaan 12 | 0,196 | 0,675 | Valid |
| 5. Tangible | Pertanyaan 13 | 0,196 | 0,295 | Valid |
| | Pertanyaan 14 | 0,196 | 0,418 | Valid |
| | Pertanyaan 15 | 0,196 | 0,675 | Valid |
| | Pertanyaan 16 | 0,196 | 0,598 | Valid |

Berikutnya buat menguji kehandalan instrument yang digunakan ialah dengan memakai uji reliabilitas, serta totalitas item pertanyaan di nyatakan reliabel di mana nilai Alpha Cronbach 0,794 R_{tabel} 5% (n=100) dalam tabel 3 berikut ini serta dari hasil uji validitas serta reliabilitas yang sudah dicoba, hingga bisa disimpulkan kalau kuesioner telah layak buat digunakan selaku instrumen riset.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .794 | 16 |

Analisis Gap

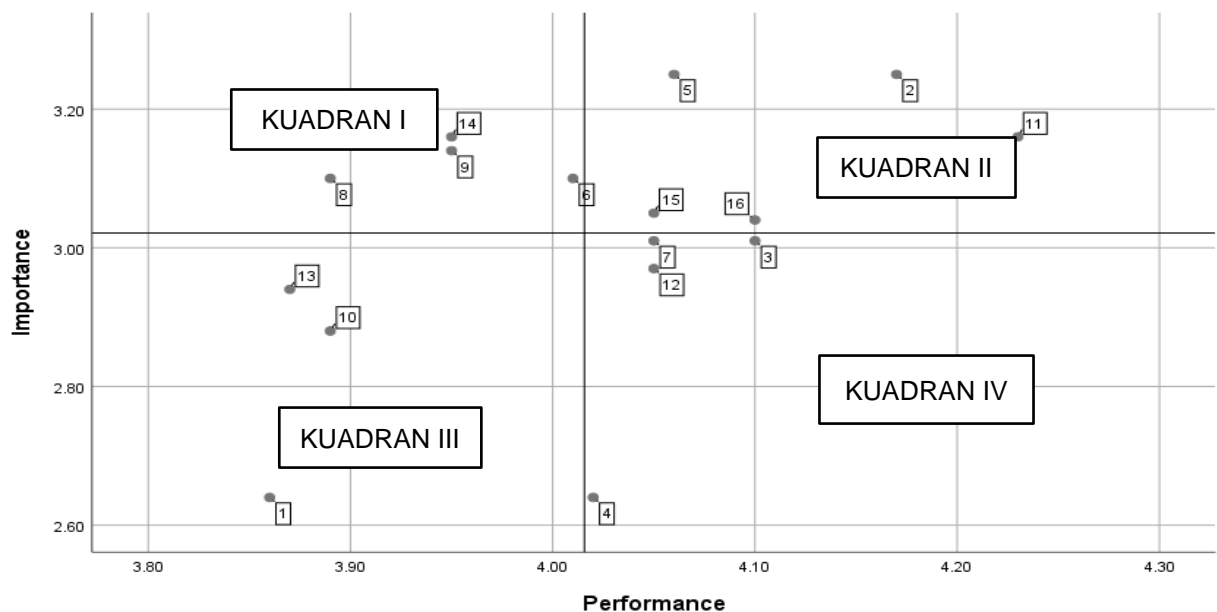
Dari 16 item persoalan yang di ajukan ke responden terpaut harapan serta kinerja/ performance hingga di peroleh Gap/ selisih angka yang positif, yang maksudnya pelanggan telah puas dengan pelayanan yang di bagikan oleh J&T Express. Perihal ini nampak dari selisih rata- rata kinerja terhadap rata- rata harapan pelanggan. Berikut tabel gap antara performance serta importance

Tabel 4. Gap Performance dan Importance

| Indikator | Importance | Performance | GAP |
|-----------|------------|-------------|------|
| 1 | 2.64 | 3.86 | 1.22 |
| 2 | 3.25 | 4.17 | 0.92 |
| 3 | 3.01 | 4.1 | 1.09 |
| 4 | 2.64 | 4.02 | 1.38 |
| 5 | 3.25 | 4.06 | 0.81 |
| 6 | 3.1 | 4.01 | 0.91 |
| 7 | 3.01 | 4.05 | 1.04 |
| 8 | 3.1 | 3.89 | 0.79 |
| 9 | 3.14 | 3.95 | 0.81 |
| 10 | 2.88 | 3.89 | 1.01 |
| 11 | 3.16 | 4.23 | 1.07 |
| 12 | 2.97 | 4.05 | 1.08 |
| 13 | 2.94 | 3.87 | 0.93 |
| 14 | 3.16 | 3.95 | 0.79 |
| 15 | 3.05 | 4.05 | 1 |
| 16 | 3.04 | 4.1 | 1.06 |

Analisis IPA

Bersumber pada hasil pengolahan informasi memakai MS Excel serta SPSS tipe 25.0, item-item yang pengaruhi kepuasan konsumen bisa dipetakan pada diagram kartesius dengan sumbu X mewakili tingkatan kinerja serta sumbu Y mewakili tingkatan kepentingan.



Gambar 3. Diagram Kartesius Matrix IPA

Berdasarkan diagram cartesius, item-item kualitas layanan ke pelanggan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dibagi menjadi empat kuadran, yaitu:

Kuadran I

Kuadran ini menggambarkan wilayah dengan tingkatan kinerja di bawah harapan konsumen. Item- item yang tercantum kuadran satu ialah J&T memiliki reaksi yang baik kala di butuhkan (6), Sistem transaksi jasa J&T berjalan dengan baik (8), Karyawan J&T melayani dengan baik (9), serta perlengkapan modern yang di pakai J&T(14)

Kuadran II

Keadaan sempurna dimana tingkatan kinerja yang besar sanggup penuhi tingkatan harapan konsumen yang besar pula. Item yang tercantum pada kuadran ini ialah Karyawan J&T sediakan jasa yang bisa menanggulangi permasalahan pelanggan (2), J&T bersedia menolong pelanggan (5), Karyawan J&T mengutamakan kepentingan pelanggan (11), Sarana gedung J&T rapi (15), J&T memiliki ruang tunggu yang nyaman (16)

Kuadran III

Kuadran 3 atau prioritas rendah, tingkat kinerja rendah dan kurang penting bagi konsumen, yaitu J&T memberikan layanan yang dijanjikan (1), staf J&T memperhatikan pelanggan (10), staf J&T terlihat bersih dan profesional (13).

Kuadran IV

Item yang termasuk dalam kuadran keempat memiliki tingkat kinerja tinggi tetapi harapan konsumen rendah. Kuadran ini meliputi J&T yang memberikan pelayanan sesuai dengan tenggat waktu/waktu yang dijanjikan (3), pelayanan J&T yang dipercepat (4), staf J&T membangun kepercayaan pelanggan (7), staf J&T memahami kebutuhan pelanggan (12). Dari keempat kuadran tersebut, kuadran IV perlu untuk di tingkatkan kinerja dari perusahaan J&T Express walaupun pelanggan puas tapi pelanggan juga tidak terlalu berharap banyak kepada perusahaan J&T Express

Analisis CSI

Berdasarkan hasil perhitungan weighted factor dan weighted score, nilai indeks kepuasan pelanggan pelanggan shopee market yang menggunakan J&T Express adalah 80,36%. Berdasarkan nilai tersebut, dapat dikatakan bahwa pelanggan puas dengan kinerja J&T karena berada pada kisaran 66% - 80,99% yang merupakan kisaran kepuasan pelanggan terhadap pelayanan J&T Express. Tabel di bawah ini menunjukkan perhitungan CSI.

Tabel 5. Perhitungan CSI

| Item Pertanyaan | MIS IMPORTANCE | MSS PERFORMANCE | WF | WS | | |
|-----------------|----------------|-----------------|----------|----------|-----|------------|
| 1 | 2.64 | 3.86 | 5.461316 | 21.08068 | WT | 401.841125 |
| 2 | 3.25 | 4.17 | 6.723211 | 28.03579 | CSI | 80.36 % |
| 3 | 3.01 | 4.1 | 6.226727 | 25.52958 | | |
| 4 | 2.64 | 4.02 | 5.461316 | 21.95449 | | |
| 5 | 3.25 | 4.06 | 6.723211 | 27.29624 | | |
| 6 | 3.1 | 4.01 | 6.412909 | 25.71576 | | |
| 7 | 3.01 | 4.05 | 6.226727 | 25.21825 | | |
| 8 | 3.1 | 3.89 | 6.412909 | 24.94621 | | |
| 9 | 3.14 | 3.95 | 6.495656 | 25.65784 | | |
| 10 | 2.88 | 3.89 | 5.957799 | 23.17584 | | |
| 11 | 3.16 | 4.23 | 6.537029 | 27.65163 | | |
| 12 | 2.97 | 4.05 | 6.14398 | 24.88312 | | |
| 13 | 2.94 | 3.87 | 6.08192 | 23.53703 | | |
| 14 | 3.16 | 3.95 | 6.537029 | 25.82127 | | |
| 15 | 3.05 | 4.05 | 6.309475 | 25.55337 | | |
| 16 | 3.04 | 4.1 | 6.288788 | 25.78403 | | |
| | 48.34 | 64.25 | | | | |

CONCLUSIONS

Pada Penelitian yang telah di lakukan peneliti, bahwasannya peneliti telah melihat sejauh mana pelanggan market place shopee menggunakan market place sebagai wadah untuk berbelanja yang sedang trend saat ini dan sebanyak mana pelanggan puas terhadap pelayanan yang di berikan perusahaan J&T Express terutama dalam hal kecepatan pengiriman barang, ketepatan waktu pengiriman, pelayanan yang ramah. Peneliti mengadakan penelitian di wilayah koja jakarta utara dan mengambil 100 sampel pelanggan J&T, dengan menggunakan analisis metode IPA di peroleh bahwa perlu untuk di tingkatkan kinerja dari perusahaan J&T Express walaupun pelanggan puas tapi pelanggan juga tidak terlalu berharap banyak kepada perusahaan J&T Express, Sedangkan jika menggunakan metode CSI maka kepuasan pelanggan berdasarkan dari 100 pelanggan di peroleh range kepuasan pelanggan berada di angka kisaran 66% - 80,99% yaitu 80,35% yang berarti pelanggan sampai saat ini puas terhadap kualitas pelayanan yang di berikan perusahaan J&T Express Indonesia.

REFERENCE

- Aditya Nalendra, A. R., Givan, B., & Sari, I. (2020). Persepsi Warga Jakarta Terhadap Pelayanan Publik Dengan Metode IPA Dan CSI. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 2(4), 294-306. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jeco.v4i2.8012>
- Afadil Darajat, H. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Pada Perusahaan Jasa Ekspedisi Mitra Utama.

- Universitas Islam Indonesia*, 1–16. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/6600>
- Apriyani, D. A., & S. (2017). Survei Pada Konsumen The Little a Coffee Shop Sidoarjo. *Administrasi Bisnis(JAB)*, 1, 1–7.
- Ghajargar, M., Zenezini, G. & Montanaro, T. (2016). Home delivery services: innovations and emerging needs. *IFAC-PapersOnLine* 49-12, 1371–1376.
- Hidayat, D. (2019). Evaluasi Kualitas Layanan J&T Di Wilayah Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta. *Evaluasi Kualitas Layanan J&T Di Wilayah Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta*, 4(1), 75–84.
- Kasmi, K., & Candra, A. N. (2017). Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. *Aktual*, 2, 109. <https://doi.org/10.47232/aktual.v15i2.27>
- Rangga, A., Nalendra, A., Winarno, S. H., & Priadi, A. (2021). *analisa ipa dan csi terhadap kepuasan konsumen e-commerce di era pandemi covid 19 ipa and csi analysis on e-COMMERCE consumer satisfaction in the covid-19 pandemic era*. 17(3), 375–390.
- Sastika, W. (2018). Analisis Kualitas Layanan dengan Menggunakan Eservice Quality untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus: Pelanggan. *Journals.Upi-Yai.Ac.Id*, 2, 6., 2. <http://journals.upiyai.ac.id/index.php/ikraithumaniora/article/download/127/56%0A>
- Sazkya N., Anton, F. & N. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas dan Inovasi Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pengiriman (Studi kasus pada J&T Cabang Bangil). *Ekonomi*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Wedagama, D. M. ., Suthanaya, P. A., & Pramana, P. C. A. (2020). (2020). analisis kinerja layanan angkutan umum massal bus trans sarbagita berdasarkan persepsi kepuasan penumpang Studi Kasus: Koridor I: Kota-Gwk Dan Koridor li: BatubulanNusa Dua) Dewa Made Priyantha Wedagama, Putu Alit Suthanaya, dan Putu Ciria Angga Pramana. *Spektran*, 1(8), 11–18.
- Wibowo, T. J., & Ardhi, M. N. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Pada Minimarket. *Ilmiah Teknik Industri Dan Informasi*, 1, 34–49. <https://doi.org/10.31001/tekinfo.v8i1.678>
- Yesenia, Y., & Siregar, E. H. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan KFC di Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 5(3), 183. <https://doi.org/10.29244/jmo.v5i3.12166>