



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN WAKTU, DAN  
KEPERCAYAAN LAYANAN J&T EXPRESS TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN BERBELANJA DI MARKETPLACE**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

MELISARI

NPM. 21801081402



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
MALANG**

**2022**

## ABSTRAK

Pada era digitalisasi saat ini berbagai jenis belanja *online* atau *marketplace* serta dukungan penyediaan fasilitas layanan jasa kirim dari jasa transportasi berbasis internet, telah mengubah perilaku masyarakat dari sebelumnya berbelanja secara tradisional menjadi berbelanja *online*. Kepopuleran terhadap belanja *online* di masyarakat dalam beberapa tahun terakhir menjadi pendorong tumbuhnya sektor logistik di tanah air dengan ditandai adanya sebuah peningkatan penggunaan layanan jasa kirim.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan layanan J&T *Express* berbelanja di *Marketplace*, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan layanan J&T *Express* terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace*, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pada layanan J&T *Express* terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace*. untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ketepatan waktu pada layanan J&T *Express* terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace*, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan pada layanan J&T *Express* terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan layanan J&T *Express* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace*, kualitas pelayanan pada layanan J&T *Express* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace*, ketepatan waktu pada layanan J&T *Express* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace*, kepercayaan pada layanan J&T *Express* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace*. Perihal ketepatan waktu pada pernyataan “J&T *Express* jarang mengalami keterlambatan” mendapatkan nilai terendah. Saran bagi perusahaan diharapkan lebih diperhatikan dan dipertingkatkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi ketepatan waktu seperti prioritas proses, keakuratan pendataan orderan, pengelompokkan orderan, dan ukuran lot dengan begitu akan meningkatkan kepuasan konsumen hingga kedepannya konsumen dapat menggunakan layanan jasa J&T *Express* secara terus menerus. Begitu pula pada kualitas pelayanan, perusahaan J&T *Express* tetap menjaga kualitas pelayanan karena jika kualitas pelayanan baik maka konsumen akan semakin puas dan meningkat. Perusahaan J&T *Express* juga tetap menjaga kepercayaan dikarenakan konsumen selalu meletakkan keyakinan bahwa layanan J&T *Express* dapat dipercayai dan akan terus bergantung kepada perusahaan jasa tersebut.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, Ketepatan waktu, Kepercayaan, dan Kepuasan konsumen.

## ABSTRACT

In the current digitalization era, various types of online shopping or marketplaces as well as support for providing delivery service facilities from internet-based transportation services, have changed people's behavior from shopping traditionally to shopping online. The popularity of online shopping in the community in recent years has driven the growth of the logistics sector in the country, marked by an increase in the use of delivery services.

The purpose of this study was to describe consumer satisfaction, service quality, timeliness, and trustworthiness of J&T Express shopping services on the Marketplace, to determine and analyze the effect of service quality, timeliness, and trustworthiness of J&T Express services on consumer satisfaction shopping at the Marketplace, to find out and analyze the effect of service quality on J&T Express services on consumer satisfaction shopping at the Marketplace. to find out and analyze the effect of timeliness on J&T Express services on consumer satisfaction shopping at the Marketplace, to find out and analyze the effect of trust in J&T Express services on consumer satisfaction shopping at Marketplace.

The results showed that service quality, timeliness, and trustworthiness of J&T Express services had a significant effect on consumer satisfaction shopping at Marketplace, service quality on J&T Express services had a significant effect on consumer satisfaction shopping at Marketplace, timeliness on J&T Express services had no significant effect on satisfaction. consumers shop at Marketplace, trust in J&T Express services has a significant effect on consumer satisfaction shopping at Marketplace. Regarding timeliness on the statement "J&T Express rarely experiences delays" gets the lowest score. Suggestions for companies are expected to pay more attention and improve on factors that can affect timeliness such as process priority, order data collection accuracy, order grouping, and lot size so that it will increase consumer satisfaction so that in the future consumers can use J&T Express services continuously. Likewise with service quality, the J&T Express company still maintains service quality because if the service quality is good, consumers will be more satisfied and increase. The J&T Express company also maintains trust because consumers always put their trust that J&T Express services can be trusted and will continue to depend on the service company.

***Key words: Quality of service, Punctuality, Trust, and Consumer satisfaction***

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era digitalisasi saat ini berbagai jenis belanja *online* atau *marketplace* serta dukungan penyediaan fasilitas layanan jasa kirim dari jasa transportasi berbasis internet, telah mengubah perilaku masyarakat dari sebelumnya berbelanja secara tradisional menjadi berbelanja *online*. Masyarakat saat ini lebih memilih berbelanja *online* dikarenakan lebih efektif, hemat waktu, dan dapat memilih produk dari berbagai lokasi hanya menggunakan aplikasi yang terdapat di *smartphone* (Nasution, 2020). Kepopuleran terhadap belanja *online* di masyarakat dalam beberapa tahun terakhir menjadi pendorong tumbuhnya sektor logistik di tanah air dengan ditandai adanya sebuah peningkatan penggunaan layanan jasa kirim.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Markplus, Inc. penggunaan jasa kurir atau layanan jasa kirim barang untuk melakukan pengiriman barang dari pesanan konsumen pada *marketplace* meningkat sebanyak 85,2% dan persebaran domisili pengguna jasa kurir 59,8% berasal dari Jabodetabek dan 41,2% non-Jabodetabek (Wijayanti, dkk 2021). Berbagai jenis perusahaan jasa kurir yang bermunculan saat ini menyebabkan persaingan yang ketat antar sektor jasa kirim barang. Masing-masing jenis perusahaan jasa kirim barang saling berlomba-lomba dalam meningkatkan kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan kepercayaan.

**Tabel 1.1 Persentase Layanan Jasa Kirim Menurut Top Brands Indeks 2020-2021**

Tahun	Merek	TBI	TOP
2020	JNE	27,3%	TOP
	J&T	21,3%	TOP
	TIKI	10,8%	TOP
	Pos Indonesia	7,7%	
	DHL	4,1%	
2021	J&T	33,4%	TOP
	JNE	28,0%	TOP
	TIKI	11,2%	TOP
	Pos Indonesia	8,5%	
	DHL	6,0%	

(Sumber: *top brand award*)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa pada tahun 2020 sebanyak 27,3% perusahaan JNE berada diposisi pertama dan disusul oleh J&T, Tiki, Pos Indonesia, DHL masing-masing sebanyak 21,3%, 10,8%, 7,7%, dan 4,1 % dari persentase yang bersumber dari *Top Brand Index*. Tahun 2021 perusahaan J&T naik menjadi posisi pertama dengan jumlah persentase sebanyak 33,4%, sementara JNE turun diposisi kedua dengan jumlah 28,0%. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa kelima jenis jasa kurir dari tahun 2020-2021 yang diminati masyarakat di Indonesia saat ini adalah perusahaan jasa J&T. Meskipun perusahaan J&T *Express* masih terbilang baru tetapi perusahaan tersebut dapat bersaing dan menduduki posisi pertama sebagai perusahaan jasa ekspedisi yang dipilih oleh masyarakat Indonesia dalam melakukan jual beli barang.

Perusahaan J&T *Express* merupakan perusahaan yang melayani di bidang jasa pengiriman barang dengan penerapan teknologi yang modern sebagai dasar dari sistem pengiriman barang. Perusahaan J&T *Express* ini telah berdiri semenjak bulan Agustus tahun 2015. Menjadi brand pertama di Indonesia yang berfokus pada bisnis online dengan membuat slogan "*Express Your Online Business*". J&T *Express* telah menjalin kerja sama dengan beberapa situs

*marketplace* di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia dan juga Bukalapak. Layanan yang disediakan oleh J&T *Express* untuk masyarakat dalam pemesanan barang melalui *marketplace* yakni memberikan sebuah layanan kirim barang hingga ke seluruh Indonesia dengan estimasi waktu pengiriman 2-3 hari kerja, sesuai dengan daerah tujuan pengiriman.

Konsumen akan merasa puas jika pada kualitas pelayanan dari kurir dirasa memuaskan, pengiriman barang dengan ketepatan waktu yang cepat dan sebuah kepercayaan dengan penuh harapan dari konsumen. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan (kinerja) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2013:117).

Kenyataan yang lebih dari diharapkan, maka kualitas pelayanan dapat dikatakan bermutu sedangkan kenyataan kurang yang dari diharapkan, maka kualitas pelayanan dikatakan tidak bermutu Lupiyoadi (2001). Semakin tinggi kualitas pelayanan suatu perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi pula dan konsumen akan menjadi pelanggan yang setia terhadap perusahaan jasa tersebut.

J&T *Express* juga harus memperhatikan ketepatan waktu pengiriman yang akan menentukan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa kirim. Menurut Juniariska (2020) mengatakan ketepatan waktu yang sesuai dalam pengiriman suatu barang merupakan pendekatan strategi pemasaran atau jalan mencari tahu tentang bagaimana nilai-nilai yang diharapkan oleh para pelanggan.

Menurut Kirana (2018) kepercayaan dapat dibangun melalui pengalaman masa lalu konsumen dalam menggunakan produk dan jasa. Pengalaman di masa

lalu akan membentuk suatu kepuasan maupun ketidakpuasan yang tentu akan memunculkan suatu kepercayaan terhadap produk dan jasa. Maksud dari kepercayaan ini yaitu pelanggan akan selalu percaya bahwa pihak kurir mempunyai keahlian yang bisa menjamin keamanan pengiriman barang.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu, penelitian yang dilakukan oleh Hafizha dkk., 2019 Menghasilkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T *Express* Cabang Kota Sumbawa Besar, ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T *Express* Cabang Kota Sumbawa Besar.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti ingin mengetahui sejauh mana kemampuan perusahaan jasa J&T *Express* untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, maka dengan ini saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, dan Kepercayaan Layanan J&T *Express* Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Di *Marketplace* (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma)”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana deskripsi dari kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan layanan J&T *Express* berbelanja di *Marketplace* ?

2. Bagaimana kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan layanan J&T *Express* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace* ?
3. Bagaimana kualitas pelayanan pada layanan J&T *Express* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace* ?
4. Bagaimana ketepatan waktu pada layanan J&T *Express* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace* ?
5. Bagaimana kepercayaan pada layanan J&T *Express* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace* ?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan penelitian

1. Untuk mendeskripsikan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan layanan J&T *Express* berbelanja di *Marketplace*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan layanan J&T *Express* terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pada layanan J&T *Express* terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ketepatan waktu pada layanan J&T *Express* terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace*.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan pada layanan J&T *Express* terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace*.

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, Adapun manfaat penelitian diantaranya:

a. Praktis

1. Bagi J&T

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan masukan kepada *J&T Express* mengenai kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.

b. Teoritis

1. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan mengenai kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran mengenai kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan maupun referensi untuk penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan kepuasan konsumen.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab 4 maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Kesimpulan dari deskripsi kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan sebagai berikut:
  - a. Variabel indikator kepuasan konsumen yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasi. Variabel kepuasan konsumen dari indikator minat berkunjung kembali dengan pernyataan “Berminat menggunakan kembali J&T *Express*” merupakan pernyataan yang paling banyak dijawab oleh responden.
  - b. Variabel indikator kualitas pelayanan yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. Variabel kualitas pelayanan dari indikator *responsiveness* dengan pernyataan “J&T *Express* cepat melayani keluhan” merupakan pernyataan yang paling banyak dijawab oleh responden.
  - c. Variabel indikator ketepatan waktu yaitu tepat waktu dalam pemesanan, tidak ada keterlambatan pemesanan, memberikan janji pesanan selesai tepat waktu. Variabel ketepatan waktu dari indikator tepat waktu dalam pemesanan dengan pernyataan “J&T *Express* tepat waktu sampai ke tangan konsumen” merupakan pernyataan yang paling banyak dijawab oleh responden.

- d. Variabel indikator kepercayaan yaitu integritas, kompetensi, konsistensi, loyalitas, keterbukaan. Variabel kepercayaan dari indikator kompetensi dengan pernyataan “J&T *Express* sanggup melakukan tugas” merupakan pernyataan yang paling banyak dijawab oleh responden.
2. Kualitas pelayanan, ketepatan waktu, dan kepercayaan layanan J&T *Express* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace*.
  3. Kualitas pelayanan pada layanan J&T *Express* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace*.
  4. Ketepatan waktu pada layanan J&T *Express* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace*.
  5. Kepercayaan pada layanan J&T *Express* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di *Marketplace*.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa FEB angkatan 2018 Universitas Islam Malang yang beralamat Jalan Mayjen Haryono No.193, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144. Berjumlah 975 populasi mahasiswa angkatan 2018 FEB Unisma dengan pengambilan sampel sebanyak 91 responden. Memiliki kriteria responden yang terdiri dari mahasiswa aktif FEB angkatan 2018 Universitas Islam Malang, mahasiswa aktif FEB angkatan 2018 Universitas Islam Malang yang pernah menggunakan layanan jasa J&T *Express*, dan mahasiswa aktif FEB angkatan 2018 Universitas Islam Malang yang menggunakan layanan jasa J&T *Express* lebih dari 2 kali.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab 4 maka didapat beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi *J&T Express*

Perihal ketepatan waktu pada pernyataan “*J&T Express* jarang mengalami keterlambatan” mendapatkan nilai terendah. Saran bagi perusahaan diharapkan lebih diperhatikan dan dipertingkatkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi ketepatan waktu seperti prioritas proses, keakuratan pendataan orderan, pengelompokkan orderan, dan ukuran lot dengan begitu akan meningkatkan kepuasan konsumen hingga kedepannya konsumen dapat menggunakan layanan jasa *J&T Express* secara terus menerus. Begitu pula pada kualitas pelayanan, perusahaan *J&T Express* tetap harus menjaga kualitas pelayanan karena jika kualitas pelayanan baik maka konsumen akan semakin puas dan meningkat. Perusahaan *J&T Express* juga harus menjaga kepercayaan dikarena konsumen selalu meletakkan keyakinan bahwa layanan *J&T Express* dapat dipercayai dan akan terus bergantung kepada perusahaan jasa tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya disarankan meneliti variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini atau menambah dengan variabel lain yang memiliki kontribusi lebih dalam memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Darmawan. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Djumadi. 2021. Analisis Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Ekspedisi Muatan Kapal Laut PT. Pukaya Transportasi. *Jurnal Purna Iswara*. Vol 3, 1.
- Effendi. 2006. *Ilmu Komunikasi: Teori Dan Praktik*. PT. Remaja Rosda Karya. Bandung.
- Gaunui, B. Maryam. 2016. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta. Kanisius
- Handoko, H. B. 2010. *Cara Mudah Membangun Blog Toko Online*, Jakarta: Salemba Empat.
- Juliandi A, Irfan, Manurung S. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU PRESS.
- Juniariska shintia. N.Rachma dan Alfian Budi Pirmanto. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Dan Tarif Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Pos Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen*. Vol 9,12.
- Khakim, L. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima. *Journal Of Management*. Vol.1 No.1.
- Kirana Kanza Erghana. 2018. Pengaruh Ekuitas Merek dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol 8, 1.
- Kotler, P. & Keller, L. K. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasih, Dedeh. 2021. *Kepuasan konsumen : studi terhadap word of mouth, kualitas layanan dan citra merek*. Banten: Bintang Sembilan Visitama.
- Kurniawan, Albert. 2010. *Belajar Mudah SPSS Untuk Pemula*. Yogyakarta: MediaKom.
- Kuncoro, Mudrajad, 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.

- Lee, M. C. 2010. *Explaining and Predicting Users' Continuance Intention Toward E-Learning: An Extension of The Expectation-Confirmation Model*. Computers & Education, 54 (2), pp: 506-516.
- Lestari, D. A, Imam Hidayat. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Global JET Express (J&T) Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 8, 7.
- Ling, Kwek Choon et.al. 2010. The Effects of Shopping Orientations, Online Trust and Prior Online Purchase Experience toward Customers' Online Purchase Intention. *International Business Research*. Malaysia. Vol 3.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mowen. 2011. *Akuntansi Manajerial*. Buku Kedua. Edisi Kedelapan. Jakarta: Salemba Empat
- Martono, Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nasution, R. A. 2020. Pengaruh Harga Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Pada J&T Express Di Kota Medan (Studi Pada Cabang Besar / Drop Point Krakatau Medan). *Skripsi*. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Penerbit Gramedia.
- Robbins, Stephen. 2006. *Perilaku Organisasi*. Edisi 10. Klaten: Indeks gramedia.
- Rohman Saefur, Fino Wahyudi Abdul. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Logistik Indonesia*. Vol, 5, 1.
- Runtoni, Muhammad. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express di Kota Palembang. *Thesis*. Palembang: UIN Raden Fatah.
- Ryan, Natalie Ann. 2002. *In Brands We Trust*. International Business Master Thesis No 2002.
- Sakti, J. B. 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Management*. Vol, 7, 4.

- Sari et.al, N.N.K.Y. 2020. *Kepercayaan Pelanggan di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com*. Klaten: Lakeisha.
- Siregar, Sofyan. 2016. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Soegoto, A. S. 2013. *Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1(3), hal..1271–1283.
- Soemohadiwidjojo, T. 2018. *SOP dan KPI untuk UMKM & Starup*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Sudaryana Yayan. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (PERSERO) Kota Tangerang. *Jurnal Manajemen Review*. Vol 4, 1.
- Sugiarto, Dergibson dan Sunaryanto, Oetomo S, 2001. *Teknik Sampling*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka.
- Sulaiman, Wahid. 2004. *Analisis – Analisis Regresi Menggunakan SPSS*. Yogyakarta. Andi.
- Tarjo, 2019. *Metodologi Penelitian Sistem 3× Baca*. Yogyakarta. Deepublish.
- Tjiptono, Fandy dan Greogrius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, Fandy, 2011. *Strategi Pemasaran*, Edisi tiga, Yogyakarta, CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, 2014. *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta, CV Andi Offset.
- Wicaksono, A. p, Khuzaini. 2020. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Vol 9, 4.
- Wijayanti, Saidani B., dan Fidhyallah F Nadya. 2021. Pengaruh Harga dan Kepercayaan pada Jasa Pengiriman X terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*. Vol 2, 1.