



---

## Kualitas Layanan Logistik dan Kepuasan Pelanggan di Indonesia

Sufian Hamim<sup>1</sup>, M. Farel<sup>2</sup>, Muhammad Nabil Naqli<sup>3</sup>  
Program Studi Manajemen, Universitas Islam Riau<sup>1,2,3</sup>

\*Email: [sufianhamim@soc.uir.ac.id](mailto:sufianhamim@soc.uir.ac.id), [255210272@student.uir.ac.id](mailto:255210272@student.uir.ac.id), [255210199@student.uir.ac.id](mailto:255210199@student.uir.ac.id)

Diterima: 08-06-2026 | Disetujui: 14-06-2026 | Diterbitkan: 16-06-2026

---

### ABSTRACT

*This study aims to systematically synthesize findings from various empirical studies on the influence of logistics service quality on customer satisfaction in Indonesia. Using a Systematic Literature Review (SLR) approach on 25 articles from SINTA-accredited journals published between 2019 and 2026, this study identifies key variables, dominant research methods, cross-study finding patterns, and research gaps that still need to be filled. The synthesis results show that logistics service quality—encompassing delivery timeliness, personal service quality, order discrepancy handling, information quality, digital security, and product condition—consistently and significantly affects customer satisfaction. Customer satisfaction, in turn, is proven to be an important mediator between logistics service quality and customer loyalty in nine out of ten studies testing this relationship. Quantitative methods dominate 68% of studies with increasing adoption of SEM and PLS-SEM. Managerial implications include improving real-time delivery tracking systems, human resource training in service lines, standardizing complaint handling procedures, and developing digital security infrastructure on e-logistics platforms. This study contributes a comprehensive map of the Indonesian logistics research landscape and a research agenda for future studies.*

**Keywords:** *logistics service quality; customer satisfaction; customer loyalty; systematic literature review; e-logistics*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyintesis secara sistematis temuan-temuan dari berbagai studi empiris mengenai pengaruh kualitas layanan logistik terhadap kepuasan pelanggan di Indonesia. Menggunakan pendekatan Systematic Literature Review (SLR) terhadap 25 artikel dari jurnal-jurnal terakreditasi SINTA yang diterbitkan antara tahun 2019 hingga 2026, penelitian ini mengidentifikasi variabel-variabel kunci, metode penelitian dominan, pola temuan lintas studi, serta kesenjangan penelitian yang masih perlu diisi. Hasil sintesis menunjukkan bahwa kualitas layanan logistik yang mencakup dimensi ketepatan waktu pengiriman, kualitas pelayanan personal, penanganan ketidaksesuaian pesanan, kualitas informasi, keamanan digital, dan kondisi produk secara konsisten berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan pada gilirannya terbukti menjadi mediator penting antara kualitas layanan logistik dan loyalitas pelanggan dalam sembilan dari sepuluh studi yang menguji hubungan tersebut. Metode kuantitatif mendominasi 68% penelitian dengan tren adopsi SEM dan PLS-SEM yang semakin meningkat. Implikasi manajerial mencakup urgensi peningkatan sistem pelacakan pengiriman real-time, pelatihan sumber daya manusia di lini layanan, standarisasi prosedur penanganan keluhan, serta pengembangan infrastruktur keamanan digital pada platform e-logistik. Penelitian ini berkontribusi dengan memberikan peta komprehensif atas lanskap penelitian logistik Indonesia serta agenda riset untuk studi-studi berikutnya.

**Kata kunci:** kualitas layanan logistik; kepuasan pelanggan; loyalitas pelanggan; logistics service quality; systematic literature review; e-logistik

#### Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Hamim, S., Farel, M. ., & Naqli, M. N. . (2026). Kualitas Layanan Logistik dan Kepuasan Pelanggan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 1018-1030. <https://doi.org/10.63822/mresgy07>

## PENDAHULUAN

Industri logistik merupakan salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan paling dinamis di Indonesia dalam satu dekade terakhir. Menurut data Badan Pusat Statistik, kontribusi sektor transportasi dan pergudangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Pertumbuhan ini didorong oleh ekspansi pesat perdagangan elektronik (e-commerce) yang membutuhkan layanan pengiriman barang yang cepat, aman, dan terpercaya. Asosiasi Logistik Indonesia (ALI) mencatat bahwa volume pengiriman barang domestik mengalami peningkatan rata-rata 15–20 persen per tahun, menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar logistik terbesar di Asia Tenggara.

Dalam lanskap persaingan yang semakin intens, perusahaan-perusahaan jasa logistik ditantang untuk tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar pengiriman, tetapi juga memberikan pengalaman layanan yang memuaskan bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan telah lama diakui sebagai indikator utama keberhasilan bisnis jasa, karena ia menentukan apakah pelanggan akan bertahan, melakukan pembelian ulang, atau bahkan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain (Oliver, 1997). Dalam konteks logistik, kepuasan pelanggan memiliki dimensi yang lebih kompleks karena melibatkan serangkaian proses dari pemesanan, proses pengiriman, hingga penerimaan barang oleh konsumen akhir.

Konsep Logistics Service Quality (LSQ) yang diperkenalkan oleh Mentzer, Flint, dan Hult (2001) memberikan kerangka ilmiah yang komprehensif untuk mengukur kualitas layanan dalam industri logistik. Model LSQ mengidentifikasi sembilan dimensi utama yang mencakup aspek teknis dan fungsional layanan logistik. Dimensi-dimensi ini telah banyak diadaptasi oleh peneliti Indonesia dalam berbagai konteks, mulai dari perusahaan kurir nasional seperti JNE dan J&T Express, platform e-commerce seperti Lazada dan Sociolla, hingga perusahaan logistik berbasis BUMN seperti PT. KAI Logistik dan PT. Pos Indonesia.

Meskipun penelitian tentang kualitas layanan logistik dan kepuasan pelanggan telah berkembang pesat, temuan-temuan tersebut masih tersebar di berbagai publikasi ilmiah dengan beragam konteks, metode, ukuran sampel, dan objek penelitian. Belum ada upaya sistematis untuk menyintesis keseluruhan temuan ini guna menghasilkan gambaran yang komprehensif tentang lanskap penelitian logistik di Indonesia. Kondisi ini menciptakan kesenjangan pengetahuan yang menjadi motivasi utama penelitian ini.

Systematic Literature Review (SLR) dipilih sebagai pendekatan dalam penelitian ini karena kemampuannya untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menyintesis semua penelitian yang relevan secara terstruktur dan transparan (Tranfield, Denyer, & Smart, 2003). Berbeda dengan narrative review yang bersifat subjektif, SLR menggunakan protokol yang ketat dalam seleksi dan analisis artikel, sehingga menghasilkan kesimpulan yang lebih dapat diandalkan dan direplikasi.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini merumuskan tiga tujuan utama: (1) mengidentifikasi dan menganalisis variabel-variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri logistik Indonesia berdasarkan sintesis 25 artikel jurnal SINTA; (2) memetakan metode penelitian, ukuran sampel, dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian-penelitian tersebut; dan (3) mengidentifikasi kesenjangan penelitian serta merumuskan agenda riset untuk penelitian mendatang. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis berupa peta komprehensif atas lanskap penelitian logistik Indonesia, serta kontribusi praktis berupa rekomendasi manajerial bagi perusahaan jasa logistik dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggannya.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Logistics Service Quality (LSQ)

Konsep kualitas layanan dalam konteks logistik pertama kali dikembangkan secara sistematis oleh Mentzer, Flint, dan Hult (2001) yang memperkenalkan konstruk Logistics Service Quality (LSQ). Model ini mengidentifikasi sembilan dimensi yang secara bersama-sama membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan logistik, yaitu: (1) personal contact quality—kualitas interaksi antara staf dengan pelanggan; (2) order release quantities—kemampuan memenuhi jumlah pesanan; (3) information quality—akurasi dan ketepatan waktu informasi yang diberikan; (4) ordering procedures—kemudahan prosedur pemesanan; (5) order accuracy—ketepatan dalam memenuhi spesifikasi pesanan; (6) order condition—kondisi fisik produk saat diterima; (7) order quality—kualitas keseluruhan produk yang dikirimkan; (8) order discrepancy handling—kemampuan menangani keluhan dan ketidaksesuaian; dan (9) timeliness—ketepatan waktu pengiriman.

Dalam perkembangannya, model LSQ telah banyak diadaptasi dan dimodifikasi sesuai konteks penelitian. Beberapa peneliti menggunakan seluruh sembilan dimensi, sementara yang lain memilih subset yang paling relevan dengan objek penelitiannya. Windayani dan Dewi (2023), misalnya, menggunakan lima dimensi LSQ (personal contact quality, order condition, information quality, order discrepancy handling, dan timeliness) dalam penelitian mereka terhadap PT. Riksa Logistics. Adaptasi ini menunjukkan fleksibilitas model LSQ sekaligus tantangan dalam membandingkan temuan lintas studi.

Dalam konteks e-commerce, dimensi LSQ mengalami evolusi untuk memasukkan aspek-aspek digital seperti kualitas platform, kemudahan pelacakan, dan keamanan data. Megaswara, Hurriyati, dan Dirgantari (2020) dalam penelitian mereka tentang e-logistics Lazada menunjukkan bahwa dimensi digital dari layanan logistik sama pentingnya dengan dimensi fisik dalam membentuk kepuasan pelanggan. Tren ini semakin diperkuat oleh penelitian Aprilianto (2025) yang mengangkat dimensi e-keamanan (e-security) sebagai faktor penentu loyalitas pengguna platform e-logistik.

### Kepuasan Pelanggan dalam Jasa Logistik

Kepuasan pelanggan (customer satisfaction) didefinisikan oleh Oliver (1997) sebagai evaluasi keseluruhan pasca-konsumsi yang membandingkan harapan pelanggan sebelum menggunakan layanan dengan persepsi mereka terhadap kinerja aktual layanan tersebut. Dalam konteks jasa logistik, kepuasan pelanggan memiliki dimensi yang lebih kompleks dibandingkan industri jasa lainnya karena melibatkan rantai proses yang panjang dan berbagai titik kontak antara perusahaan dan pelanggan.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam model SERVQUAL mereka mengidentifikasi lima dimensi kualitas layanan jasa secara umum: reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Model ini menjadi salah satu landasan teoritis yang banyak digunakan dalam penelitian kepuasan pelanggan logistik di Indonesia, seringkali dikombinasikan dengan dimensi-dimensi spesifik LSQ. Kombinasi kedua model ini menghasilkan instrumen pengukuran yang lebih komprehensif dan kontekstual.

Penelitian-penelitian di Indonesia secara konsisten menunjukkan bahwa kualitas layanan logistik berkorelasi positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan. Sigit, Numang, dan Leonidas (2026) dalam studi mereka terhadap PT. KAI Logistik menemukan bahwa LSQ berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan path coefficient 0,254. Lionnard et al. (2026) menggunakan SEM-AMOS dengan 211 responden pengguna Sociolla dan menemukan bahwa seluruh lima dimensi LSQ yang diuji berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, dengan dimensi order discrepancy handling sebagai

yang paling dominan.

### **Loyalitas Pelanggan dan Peran Mediasi Kepuasan**

Loyalitas pelanggan (customer loyalty) merujuk pada komitmen mendalam pelanggan untuk secara konsisten menggunakan kembali produk atau layanan yang sama di masa mendatang, meskipun ada pengaruh situasional dan upaya pemasaran kompetitor yang berpotensi menyebabkan perpindahan (Oliver, 1999). Dalam industri logistik yang ditandai oleh banyaknya pilihan penyedia layanan dan relatif rendahnya switching cost, membangun loyalitas pelanggan menjadi tantangan strategis yang krusial.

Teori customer loyalty membedakan antara loyalitas perilaku (behavioral loyalty) dan loyalitas sikap (attitudinal loyalty). Loyalitas perilaku ditunjukkan melalui frekuensi penggunaan ulang layanan, sementara loyalitas sikap tercermin dalam kesediaan pelanggan merekomendasikan layanan kepada orang lain dan resistensi terhadap tawaran kompetitor. Penelitian Hati dan Juliati (2019) terhadap pengguna JNE di Batam menemukan bahwa LSQ berpengaruh signifikan terhadap kedua dimensi loyalitas tersebut, baik secara langsung maupun melalui mediasi kepuasan pelanggan.

Peran kepuasan pelanggan sebagai mediator antara kualitas layanan dan loyalitas telah menjadi salah satu proposisi teoritis yang paling banyak diuji dalam literatur pemasaran jasa. Dalam konteks logistik Indonesia, peran mediasi ini secara konsisten terbukti dalam mayoritas studi yang mengujinya. Apriliyanto (2025) menemukan bahwa kepuasan pengguna memediasi secara signifikan hubungan antara e-keamanan dan loyalitas pengguna e-logistik ( $T=3,453$ ,  $p=0,001$ ). Demikian pula Dewi, Ariffien, dan Sparingga (2023) dalam penelitian mereka terhadap Kantor Pos Kotabumi menemukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dengan  $p=0,042$ .

### **Faktor-Faktor Kontekstual dalam Kualitas Layanan Logistik**

Selain variabel-variabel inti LSQ, beberapa penelitian mengidentifikasi faktor-faktor kontekstual yang dapat memoderasi atau memediasi hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Citra merek (brand image) merupakan salah satu faktor yang semakin mendapat perhatian. Nurhasanah, Yohana, dan Monoarfa (2022) menemukan bahwa citra merek berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express, mengindikasikan bahwa reputasi perusahaan logistik memiliki nilai tersendiri di luar kualitas layanan aktualnya.

Faktor harga dan biaya layanan juga mulai mendapat perhatian dalam penelitian terbaru. Elvhidia, Primadi, dan Tohir (2023) dalam kajian pustaka mereka mengidentifikasi biaya sebagai salah satu dari tiga faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan logistik, bersama waktu pengiriman dan keandalan layanan. Meskipun bersifat teoritis, temuan ini membuka peluang penelitian empiris yang penting mengingat sensitivitas harga konsumen Indonesia yang relatif tinggi.

Perkembangan teknologi informasi juga semakin memengaruhi lanskap kualitas layanan logistik. Nirwaseta dan Mukhsin (2023) menemukan bahwa kinerja logistik berpengaruh sangat signifikan ( $t=7,013$ ) terhadap kepuasan pelanggan J&T Cilegon, sementara sistem informasi tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Temuan yang tampak paradoks ini mengindikasikan bahwa investasi teknologi baru memberikan manfaat nyata jika diintegrasikan dengan peningkatan kinerja operasional logistik secara keseluruhan.

## METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) dengan pendekatan deskriptif-analitik. SLR merupakan metode penelitian sekunder yang mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menyintesis seluruh penelitian yang relevan dengan pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan secara sistematis, eksplisit, dan dapat direplikasi (Tranfield, Denyer, & Smart, 2003). Metode ini dipilih karena kemampuannya menghasilkan sintesis pengetahuan yang objektif dan komprehensif, sekaligus mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang belum terjawab.

Proses SLR dalam penelitian ini mengikuti panduan PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) yang merupakan standar internasional yang paling banyak diadopsi dalam penelitian-penelitian review sistematis. Panduan PRISMA memberikan transparansi dalam setiap tahap proses review, mulai dari identifikasi artikel, penyaringan, kelayakan, hingga inklusi final.

### Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria inklusi yang ditetapkan dalam penelitian ini meliputi: (1) artikel diterbitkan di jurnal terakreditasi SINTA (peringkat 1 hingga 6); (2) periode publikasi antara tahun 2019 hingga 2026; (3) topik penelitian berkaitan dengan kualitas layanan logistik, kepuasan pelanggan, dan/atau loyalitas pelanggan dalam konteks Indonesia; (4) artikel menggunakan metode penelitian yang jelas dan dapat diidentifikasi; dan (5) artikel tersedia dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris. Kriteria eksklusi meliputi: (1) artikel editorial, surat pembaca, atau opini; (2) artikel tanpa metodologi penelitian yang dapat diidentifikasi; (3) artikel yang berfokus pada topik di luar manajemen logistik dan kepuasan pelanggan; dan (4) duplikasi artikel yang sama dari sumber berbeda.

### Proses Seleksi dan Analisis

Proses seleksi artikel dilakukan melalui empat tahap. Tahap pertama adalah identifikasi, di mana pencarian dilakukan menggunakan basis data Google Scholar, Portal Garuda, dan SINTA dengan kata kunci 'kualitas layanan logistik', 'logistics service quality', 'kepuasan pelanggan', 'customer satisfaction', dan kombinasinya. Tahap kedua adalah penyaringan judul dan abstrak berdasarkan relevansi topik. Tahap ketiga adalah penilaian kelayakan melalui pembacaan teks lengkap artikel. Tahap keempat adalah inklusi final dengan 25 artikel yang memenuhi seluruh kriteria.

Analisis data dilakukan melalui proses coding sistematis terhadap setiap artikel berdasarkan variabel penelitian, metode analisis, ukuran sampel, objek penelitian, dan temuan utama. Selanjutnya dilakukan sintesis tematik untuk mengidentifikasi pola-pola temuan yang konsisten serta variasi yang memerlukan penjelasan lebih lanjut. Tingkat kesepakatan antar-koder (inter-rater reliability) diukur menggunakan koefisien Cohen's Kappa dan diperoleh nilai 0,87, yang mengindikasikan tingkat kesepakatan yang sangat baik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Bibliometrik Artikel

Dari 25 artikel yang dianalisis, terdapat distribusi yang cukup merata antara penelitian yang dilakukan pada periode 2019–2022 (52%) dan 2023–2026 (48%), menunjukkan keberlanjutan minat

penelitian di bidang ini. Jurnal Logistik Indonesia dan Jurnal Manajemen Logistik merupakan jurnal yang paling banyak menerbitkan artikel dalam topik ini, diikuti oleh berbagai jurnal manajemen dan bisnis terakreditasi SINTA lainnya. Mayoritas penulis berafiliasi dengan institusi pendidikan tinggi di Jakarta dan kota-kota besar Jawa, dengan Universitas Islam Riau (UIR) sebagai salah satu institusi yang aktif berkontribusi dalam penelitian ini.

Objek penelitian yang paling sering dipilih adalah perusahaan jasa pengiriman ekspres dengan jaringan nasional: JNE (3 studi), J&T Express (2 studi), GoTo Logistics (2 studi), Ninja Express (1 studi), dan PT. Pos Indonesia (2 studi). Terdapat juga studi pada perusahaan BUMN logistik (PT. KAI Logistik), platform e-commerce (Lazada, Sociolla), perusahaan freight forwarding (PT. LBS, PT. Semoga Sukses Logistik), dan perusahaan logistik regional skala lebih kecil (Riksa Logistics, GoTo Logistics cabang Cinangka). Beberapa penelitian menggunakan objek yang lebih umum tanpa menyebutkan perusahaan spesifik.

### **Distribusi Metode Penelitian**

Analisis terhadap metode penelitian yang digunakan menunjukkan dominasi pendekatan kuantitatif. Dari 25 artikel yang dianalisis, 17 artikel (68%) menggunakan metode kuantitatif murni, 5 artikel (20%) menggunakan studi pustaka atau kajian literatur, 2 artikel (8%) menggunakan pendekatan gabungan kuantitatif-kualitatif, dan 1 artikel (4%) menggunakan pendekatan eksploratori.

Dalam kelompok penelitian kuantitatif, teknik analisis yang digunakan bervariasi secara signifikan sesuai dengan kompleksitas model penelitian. Regresi linier berganda (multiple regression) merupakan teknik yang paling umum digunakan (8 studi, 47% dari studi kuantitatif), diikuti oleh SEM dengan AMOS (5 studi, 29%), PLS-SEM dengan SmartPLS (3 studi, 18%), dan regresi linier sederhana (1 studi, 6%). Terdapat satu studi yang menggabungkan regresi dengan FMEA (Failure Mode and Effect Analysis), serta satu studi yang menggunakan kombinasi CSI (Customer Satisfaction Index) dan IPA (Importance Performance Analysis) sebagai metode evaluasi deskriptif.

Ukuran sampel dalam penelitian empiris berkisar sangat luas, dari minimum 30 responden (Priambodo et al., 2022) hingga maksimum 225 responden (Nurhasanah et al., 2022). Rata-rata ukuran sampel adalah 96 responden, dengan median 95 responden. Distribusi ini menunjukkan bahwa sebagian besar penelitian masih menggunakan ukuran sampel yang relatif kecil hingga sedang, yang membatasi kekuatan statistik dan generalisasi temuan. Teknik pengambilan sampel yang paling sering digunakan adalah purposive sampling (7 studi), diikuti oleh accidental/incidental sampling (5 studi), simple random sampling (3 studi), dan total sampling (2 studi).

### **Variabel-Variabel Dominan dalam Kepuasan Pelanggan Logistik**

Berdasarkan frekuensi kemunculan dan konsistensi signifikansi statistik, terdapat lima variabel yang paling dominan dalam menjelaskan kepuasan pelanggan jasa logistik di Indonesia.

#### ***1. Ketepatan Waktu Pengiriman (Timeliness)***

Ketepatan waktu pengiriman merupakan variabel yang paling banyak diuji (muncul dalam 18 dari 25 artikel) dan paling konsisten menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Rizki dan Purnaya (2026) melaporkan nilai  $t=2,799$  dengan signifikansi 0,006 untuk pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan GoTo Logistics. Windayani dan Dewi (2023) menemukan bahwa dimensi timeliness berpengaruh signifikan dengan  $t=2,388$  pada Riksa Logistics. Rohman dan Abdul (2021)

menemukan satu-satunya penyimpangan dari pola ini: ketepatan pengiriman tidak berpengaruh signifikan secara parsial pada Ninja Express di masa pandemi Covid-19, yang dapat dijelaskan oleh kondisi force majeure yang mengubah ekspektasi pelanggan selama periode tersebut.

Data OTD (On-Time Delivery) SLA dari GoTo Logistics Cinangka yang dilaporkan Rizki dan Purnaya (2026) mencatat rata-rata 69,48%, jauh di bawah standar industri yang umumnya menargetkan di atas 90%. Temuan ini sekaligus mengkonfirmasi mengapa ketepatan waktu terus menjadi variabel yang paling sering diteliti: masih banyak ruang perbaikan yang tersedia di industri jasa logistik Indonesia.

## **2. Kualitas Pelayanan Personal (Personal Contact Quality)**

Dimensi kualitas pelayanan personal—yang mencakup kompetensi staf, responsivitas, kesopanan, dan kemampuan berkomunikasi—secara konsisten terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Windayani dan Dewi (2023) melaporkan nilai  $t=2,517$  dengan signifikansi 0,016 untuk dimensi Personal Contact Quality pada Riksa Logistics. Ramadhan dan Wijonarko menemukan bahwa kombinasi kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan—yang erat kaitannya dengan kualitas interaksi personal—menjelaskan 74,9% variansi kepuasan pelanggan ( $R^2=0,749$ ).

Dalam konteks e-commerce, aspek personal contact quality berevolusi menjadi kualitas interaksi melalui live chat, email, dan call center. Lionnard et al. (2026) dalam studi mereka terhadap platform Sociolla menemukan bahwa dimensi personal contact quality tetap berpengaruh signifikan meskipun interaksi terjadi melalui media digital, menunjukkan bahwa kebutuhan akan sentuhan manusiawi (human touch) tidak hilang meskipun layanan semakin terdigitalisasi.

## **3. Penanganan Ketidakesuaian Pesanan (Order Discrepancy Handling)**

Penanganan ketidakesuaian pesanan merupakan dimensi yang secara konsisten muncul sebagai salah satu prediktor kepuasan pelanggan yang paling kuat. Lionnard et al. (2026) mengidentifikasi dimensi ini sebagai yang paling berpengaruh dalam model SEM mereka, dengan standardized estimate tertinggi di antara semua dimensi yang diuji. Juwita, Restuti, dan Noviasari (2023) melalui analisis IPA menemukan bahwa Order Discrepancy Handling masuk dalam kuadran prioritas perbaikan (Kuadran A) pada PT. Pos Indonesia Cabang Kuantan Hilir, dengan indeks kinerja 85,91% yang masih di bawah ekspektasi pelanggan.

Windayani dan Dewi (2023) mengonfirmasi temuan ini dengan nilai  $t=2,457$  ( $\text{sig}=0,018$ ) untuk pengaruh order discrepancy handling terhadap kepuasan pelanggan Riksa Logistics. Kurniawan dalam studi kasusnya di PT. LBS Surabaya menemukan bahwa prosedur pemesanan yang baik berpengaruh positif terhadap penanganan penyimpangan ( $\text{prob}=0,042$ ), mengindikasikan bahwa penanganan ketidakesuaian yang efektif dimulai dari sistem prosedur pemesanan yang terancang dengan baik.

## **4. Kualitas Informasi (Information Quality)**

Kualitas informasi—mencakup akurasi, ketepatan waktu, dan aksesibilitas informasi yang disediakan perusahaan logistik kepada pelanggan—semakin mendapat perhatian seiring meningkatnya ekspektasi pelanggan terhadap transparansi proses pengiriman. Windayani dan Dewi (2023) menemukan nilai  $t=2,411$  ( $\text{sig}=0,020$ ) untuk pengaruh information quality terhadap kepuasan pelanggan. Lionnard et al. (2026) memasukkan kualitas informasi sebagai dimensi kelima dalam model mereka dan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sociolla.

Analisis FMEA yang dilakukan oleh Windayani dan Dewi (2023) menemukan bahwa sistem

tracking pengiriman memiliki nilai Risk Priority Number (RPN) tertinggi sebesar 144, menjadikannya prioritas perbaikan utama. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya kualitas informasi real-time dalam era digital, di mana pelanggan mengharapkan dapat memantau status pesanan mereka kapan saja dan di mana saja.

### **5. Manajemen Logistik Secara Holistik**

Beberapa penelitian mengambil perspektif yang lebih makro dengan menguji pengaruh manajemen logistik secara holistik terhadap kepuasan pelanggan, alih-alih berfokus pada dimensi-dimensi spesifik. Larici dan Abdul (2019) menemukan bahwa manajemen logistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bhinneka Bajasas ( $t=6,327$ ,  $R^2=35,3\%$ ). Rismara, Harimurti, dan Purnaya (2021) menemukan bahwa elemen logistik berdasarkan prinsip 7R (Right Product, Right Quantity, Right Condition, Right Place, Right Time, Right Price, Right Customer) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko bangunan ( $R=0,634$ ,  $R^2=40,2\%$ ).

Primadi dan Putri (2025) dalam kajian literatur mereka berargumen bahwa peningkatan kepuasan pelanggan memerlukan pendekatan terpadu yang mengintegrasikan manajemen logistik yang efektif, sistem informasi logistik yang terintegrasi, dan kualitas distribusi barang yang handal. Pandangan holistik ini relevan karena kepuasan pelanggan dalam industri logistik merupakan hasil akumulasi pengalaman di seluruh titik kontak layanan, bukan hanya satu atau dua dimensi spesifik.

### **Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas**

Salah satu temuan paling konsisten dari review ini adalah konfirmasi peran mediasi kepuasan pelanggan dalam hubungan antara kualitas layanan logistik dan loyalitas pelanggan. Dari sepuluh artikel yang secara eksplisit menguji hubungan mediasi ini, sembilan (90%) menemukan bahwa kepuasan pelanggan memediasi hubungan tersebut secara signifikan.

Hati dan Juliati (2019) melaporkan nilai T-statistics 7,095 yang sangat tinggi untuk jalur kepuasan ke loyalitas pada pengguna JNE, jauh melampaui batas signifikansi 1,96. Apriliyanto (2025) menemukan mediasi signifikan dengan  $T=3,453$  ( $p=0,001$ ) dalam konteks e-keamanan dan loyalitas pengguna e-logistik. Sigit et al. (2026) melaporkan path coefficient 0,347 ( $p=0,000$ ) untuk jalur kepuasan ke loyalitas pada pelanggan PT. KAI Logistik. Dewi et al. (2023) menemukan pengaruh kepuasan terhadap loyalitas dengan  $p=0,042$  pada Kantor Pos Kotabumi.

Satu pengecualian menarik yang ditemukan adalah dalam penelitian Nurhasanah et al. (2022) menggunakan SEM-AMOS dengan 225 responden. Meskipun kepuasan pelanggan berpengaruh langsung terhadap niat beli ulang, jalur mediasi kepuasan untuk brand image dan service quality ke niat beli ulang tidak terbukti signifikan. Peneliti menginterpretasikan ini sebagai indikasi bahwa dalam konteks tertentu, kualitas layanan dan citra merek yang sangat kuat dapat secara langsung mendorong niat beli ulang, tanpa perlu 'melewati' kepuasan terlebih dahulu—fenomena yang dikenal sebagai 'direct loyalty'.

### **Dimensi Baru: E-Keamanan dan Kepuasan Pengguna E-Logistik**

Penelitian Apriliyanto (2025) membuka dimensi baru dalam kajian kepuasan pelanggan logistik Indonesia dengan memasukkan variabel e-keamanan (e-security) sebagai prediktor kepuasan dan loyalitas pengguna platform e-logistik. Studi ini menemukan bahwa e-keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ( $\beta=0,479$ ,  $T=5,753$ ,  $p=0,000$ ) dan loyalitas ( $\beta=0,370$ ,  $T=4,852$ ,  $p=0,000$ ).

Meskipun nilai  $R^2$  kepuasan yang hanya 22,9% mengindikasikan masih banyak variabel yang belum terakomodasi, penelitian ini membuka jalur penelitian baru yang sangat relevan di era di mana keamanan data pelanggan menjadi perhatian utama.

Temuan Apriliyanto (2025) selaras dengan tren global yang menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap keamanan platform digital menjadi prasyarat mendasar sebelum pelanggan dapat merasakan kepuasan atas layanan yang diberikan. Implikasi ini penting bagi perusahaan e-logistik Indonesia yang masih dalam tahap membangun kepercayaan pelanggan terhadap keamanan transaksi dan data pribadi mereka.

### **Perbandingan Hasil Antar Metode**

Perbandingan hasil penelitian berdasarkan metode analisis yang digunakan mengungkap beberapa pola yang menarik. Penelitian dengan regresi linier berganda cenderung melaporkan nilai  $R^2$  yang lebih bervariasi, dari yang sangat rendah seperti 16% (Priambodo et al., 2022) hingga sangat tinggi 94% (Windayani & Dewi, 2023). Variasi ekstrem ini mencerminkan perbedaan konteks penelitian, ukuran sampel, dan jumlah variabel yang dimasukkan dalam model.

Penelitian dengan PLS-SEM umumnya melaporkan  $R^2$  yang lebih moderat dan konsisten. Hati dan Juliati (2019) melaporkan  $R^2$  kepuasan sebesar 0,639 dan loyalitas 0,303, sementara Sigit et al. (2026) menemukan  $R^2$  kepuasan yang sangat rendah hanya 5,1%—mengindikasikan bahwa model penelitian tersebut belum menangkap faktor-faktor penting penentu kepuasan pelanggan PT. KAI Logistik.

Penelitian dengan SEM-AMOS umumnya menunjukkan tingkat fit model yang baik, meskipun beberapa menghadapi tantangan dengan ukuran sampel yang kecil. Lionnard et al. (2026) mencapai goodness-of-fit yang memadai dengan 211 responden, sementara Kurniawan menghadapi keterbatasan karena tidak dapat melakukan uji outlier tanpa mengganggu proses SEM akibat ukuran sampel yang terbatas.

### **Kesenjangan Penelitian dan Agenda Riset**

Berdasarkan sintesis sistematis terhadap 25 artikel, teridentifikasi beberapa kesenjangan penelitian yang signifikan dan membutuhkan perhatian dari peneliti-peneliti mendatang.

Pertama, keterbatasan generalisasi akibat cakupan penelitian yang sempit. Sebagian besar studi (80%) bersifat single-site atau single-company, sehingga temuan sulit digeneralisasi ke tingkat industri atau nasional. Diperlukan penelitian multi-perusahaan, multi-kota, atau bahkan penelitian survei nasional untuk menghasilkan temuan yang lebih representatif.

Kedua, kurangnya variabel moderasi dan kontekstual. Faktor-faktor seperti harga layanan, keberadaan kompetitor, karakteristik demografis pelanggan, dan lokasi geografis jarang dimasukkan sebagai variabel moderasi. Padahal, faktor-faktor ini dapat secara signifikan memengaruhi kekuatan dan arah hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Ketiga, absennya penelitian longitudinal. Seluruh 25 artikel menggunakan desain cross-sectional yang hanya mengukur kepuasan pada satu titik waktu. Penelitian longitudinal yang mengukur dinamika kepuasan pelanggan seiring waktu—termasuk bagaimana pengalaman buruk dapat mengikis kepuasan dan bagaimana perbaikan layanan dapat memulihkannya—sangat diperlukan untuk pemahaman yang lebih mendalam.

Keempat, terbatasnya eksplorasi variabel digital dan teknologi. Meskipun industri logistik

Indonesia semakin terdigitalisasi, hanya dua penelitian (Apriliyanto, 2025; Nirwaseta & Mukhsin, 2023) yang secara eksplisit memasukkan dimensi digital dalam model penelitian mereka. Variabel seperti kualitas aplikasi mobile, kemudahan pelacakan digital, personalisasi layanan berbasis AI, dan integrasi omni-channel masih membutuhkan eksplorasi empiris yang lebih mendalam.

Kelima, kurangnya penelitian komparatif. Belum ada studi yang secara sistematis membandingkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan antara dua atau lebih perusahaan logistik yang berbeda dalam konteks yang sama, yang akan sangat berguna untuk benchmarking dan identifikasi best practices.

## KESIMPULAN

Penelitian ini telah berhasil melakukan sintesis sistematis terhadap 25 artikel jurnal terakreditasi SINTA tentang kualitas layanan logistik dan kepuasan pelanggan di Indonesia yang diterbitkan antara 2019 dan 2026. Berdasarkan proses analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan utama.

Pertama, kualitas layanan logistik terbukti secara konsisten berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di berbagai konteks perusahaan logistik Indonesia. Lima dimensi yang paling dominan adalah: (a) ketepatan waktu pengiriman; (b) kualitas pelayanan personal; (c) penanganan ketidaksesuaian pesanan; (d) kualitas informasi; dan (e) manajemen logistik secara holistik. Dimensi penanganan ketidaksesuaian pesanan secara konsisten muncul sebagai prediktor terkuat dalam studi-studi yang menggunakan model LSQ multidimensi.

Kedua, kepuasan pelanggan terbukti sebagai mediator penting antara kualitas layanan logistik dan loyalitas pelanggan dalam 90% dari studi yang menguji hubungan tersebut. Temuan ini menegaskan pentingnya kepuasan pelanggan bukan hanya sebagai tujuan akhir, tetapi sebagai jembatan strategis menuju loyalitas jangka panjang yang merupakan aset kompetitif paling berharga bagi perusahaan jasa logistik.

Ketiga, terdapat tren yang jelas menuju adopsi metode penelitian yang lebih canggih dalam penelitian logistik Indonesia. Penggunaan SEM dan PLS-SEM semakin meningkat, mencerminkan kesadaran peneliti akan kompleksitas hubungan antar variabel dalam sistem layanan logistik. Namun demikian, mayoritas penelitian masih menghadapi keterbatasan ukuran sampel yang relatif kecil.

Keempat, dimensi e-keamanan dan layanan digital merupakan area yang baru mulai mendapat perhatian penelitian namun sangat relevan dengan perkembangan industri e-logistik. Penelitian Apriliyanto (2025) membuka jalur penelitian baru yang perlu ditindaklanjuti dengan studi-studi empiris yang lebih komprehensif.

## SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran diajukan kepada para pemangku kepentingan yang relevan. Bagi perusahaan jasa logistik, disarankan untuk: (a) memprioritaskan peningkatan sistem pelacakan pengiriman real-time yang akurat dan mudah diakses pelanggan melalui berbagai platform; (b) mengembangkan program pelatihan komprehensif bagi staf di lini layanan pelanggan yang berfokus pada kompetensi komunikasi dan penanganan keluhan; (c) membangun dan menstandarisasi Standard Operating Procedure (SOP) yang jelas untuk penanganan ketidaksesuaian pesanan dengan target waktu penyelesaian yang terukur; (d) berinvestasi dalam infrastruktur keamanan digital yang kuat bagi yang beroperasi di platform e-logistik; dan (e) mengimplementasikan sistem pengukuran kepuasan pelanggan

yang reguler untuk memantau tren dan mengidentifikasi area perbaikan secara proaktif.

Bagi peneliti dan akademisi di bidang manajemen logistik, disarankan untuk: (a) merancang penelitian multi-perusahaan atau multi-wilayah untuk meningkatkan generalisasi temuan; (b) memasukkan variabel moderasi yang relevan seperti harga, karakteristik pelanggan, dan faktor kompetitif; (c) mengembangkan penelitian longitudinal yang mampu menangkap dinamika kepuasan pelanggan seiring waktu; (d) mengeksplorasi secara lebih mendalam dimensi-dimensi digital dalam kualitas layanan logistik, termasuk kecerdasan buatan, analitik data, dan personalisasi layanan; serta (e) melakukan penelitian komparatif antar perusahaan logistik untuk mengidentifikasi best practices yang dapat direplikasi.

Bagi regulator dan pembuat kebijakan di sektor logistik Indonesia, temuan penelitian ini mengindikasikan perlunya penetapan standar minimum kualitas layanan—khususnya terkait ketepatan waktu pengiriman dan penanganan keluhan—yang dapat menjadi acuan industri. Penguatan ekosistem logistik nasional melalui kebijakan yang mendorong adopsi teknologi dan peningkatan kompetensi sumber daya manusia logistik juga sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing industri logistik Indonesia di tingkat regional dan global.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Manajemen, Universitas Islam Riau atas dukungan institusional dalam penyelesaian penelitian ini. Terima kasih juga kepada para reviewer anonim atas masukan konstruktif yang sangat berharga dalam penyempurnaan naskah ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriliyanto, N. (2025). Loyalitas pengguna berbasis e-keamanan dengan mediasi kepuasan pengguna e-logistik. *SOLUSI: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 23(2), 276–291.
- Dewi, N. K., Ariffien, A., & Sparingga, E. D. (2023). Model logistic service quality terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dengan menggunakan metode structural equation modelling pada Kantor POS Kotabumi. *Jurnal Informasi dan Teknologi (JIDT)*, 5(4).
- Elvhidia, Primadi, A., & Tohir, M. (2023). Analisis pengaruh waktu, biaya dan keandalan terhadap kepuasan pelanggan dalam logistik. *Jurnal Pendidikan Siber Nusantara (JPSN)*, 1(3).
- Hati, S. W., & Juliati, A. (2019). Analisis pengaruh logistics service quality terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada perusahaan logistik Jalur Nugraha Ekakurir (JNE). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 7(2).
- Juwita, A., Restuti, S., & Noviasari, H. (2023). Analisis tingkat kepuasan dengan menggunakan variabel logistic service quality (LSQ). *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 2(3). Universitas Brawijaya.
- Kurniawan, A. (t.t.). Analisa terhadap kepuasan pelanggan dalam penyedia jasa logistik: Studi kasus PT. LBS Surabaya, Indonesia (hal. 21–33).
- Larici, Y. P., & Abdul, F. W. (2019). Ketepatan pengaruh manajemen logistik terhadap tingkat kepuasan pelanggan PT. Bhinneka Bajas Cabang Cikarang. *Jurnal Logistik Indonesia*, 3(2), 101–110. E-ISSN 2621-6442.
- Lionnard, L., Widjaja, F. N., & Subali, S. B. W. (2026). Pengaruh kualitas layanan logistik terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Sociolla. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Manajemen (ABM)*, 33(1), 76–93. ISSN 0854-4190.

- Maulana P., D., Primadi, A., & Tohir, M. (2023). Analisis pengaruh penerapan manajemen logistik, kualitas pelayanan dan kecepatan pengiriman dalam mendukung efisiensi biaya logistik. *Jurnal Pendidikan Siber Nusantara (JPSN)*, 1(4), 173–179.
- Megaswara, A., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2020). Pengaruh e-logistics terhadap kepuasan pelanggan marketplace Lazada. *Jurnal Riset Bisnis*.
- Mentzer, J. T., Flint, D. J., & Hult, G. T. M. (2001). Logistics service quality as a segment-customized process. *Journal of Marketing*, 65(4), 82–104.
- Nirwaseta, D. K., & Mukhsin, M. (2023). Analisis pengaruh sistem informasi dan kinerja logistik terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada pelanggan J&T). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Dewantara (JMD)*, 6(2).
- Nurhasanah, S., Yohana, C., & Monoarfa, T. A. (2022). Pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi: Studi pada jasa layanan logistik J&T Express. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 3(3).
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33–44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Priambodo, Y., Vikaliana, R., & Purnaya, I. N. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu jasa freight forwarding terhadap kepuasan pelanggan pada PT Semoga Sukses Logistik. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, 6(1).
- Primadi, A., & Putri, L. S. (2025). Evaluasi manajemen logistik dan pemanfaatan sistem informasi logistik dalam meningkatkan kualitas distribusi barang terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 3(3).
- Ramadhan, C. A., & Wijonarko, G. (t.t.). Analisis kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan jasa logistik.
- Rismara, R. G., Harimurti, C., & Purnaya, I. N. (2021). Pengaruh elemen logistik terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus 3 toko bangunan di Kelurahan Harapan Jaya, Kecamatan Bekasi Utara). *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1).
- Rizki, M., & Purnaya, I. N. (2026). Pengaruh ketepatan waktu pengiriman dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa pengiriman GoTo Logistics, Cinangka. *Jurnal Manajemen Logistik*, 6(1), 33–46.
- Rohman, S., & Abdul, F. W. (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*, 5(1), 73–85.
- Sigit, S. A., Numang, I., & Leonidas, D. (2026). Pengaruh logistics service quality dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di PT Kereta Api Logistik Area Wilayah Barat 3. *Jurnal Industrial Galuh (JIG)*, 8(1), 39–49.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222.
- Windayani, F., & Dewi, A. P. (2023). Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus di PT. Riksa Mandiri Pratama/Riksa Logistics). *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 10(2), 123–134.