



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1. Manajemen

Kinicki dan Williams (2020) menjelaskan bahwa, “*More formally, management is defined as (1) the pursuit of organizational goals efficiently and effectively by (2) integrating the work of people through (3) planning, organizing, leading, and controlling the organization’s resources*”. Yang artinya (1) pengejaran suatu tujuan organisasi secara efektif dan efisien (2) mengintegrasikan pekerjaan orang melalui (3) perencanaan, pengorganisasian, memimpin, dan pengendalian sumber daya organisasi.

Kinicki dan Williams (2020) menjelaskan bahwa terdapat 4 fungsi manajemen

1. *Planning*
Menetapkan tujuan dan bagaimana cara mencapai suatu tujuan
2. *Organizing*
Mengatur tugas, orang, dan sumber daya lainnya untuk menyelesaikan pekerjaan.
3. *Leading*
Memotivasi, mengarahkan, dan sebaliknya mempengaruhi orang untuk bekerja keras untuk mencapai tujuan organisasi.
4. *Controlling*
Memantau kinerja, membandingkannya dengan sasaran, dan mengambil tindakan korektif sesuai kebutuhan.

Karakteristik manajemen

Pal, K. dan Bansal, n.d. (2011) menyebutkan bahwa manajemen merupakan suatu kegiatan yang terpisah yang berorientasi pada suatu tujuan yang meliputi:

1. *Economic Resource* (Sumber Daya Ekonomi)
Management is one of the factors of production together with land, labour and capital. As industrialization increases, the need for managers also increases. Yang artinya manajemen merupakan suatu faktor produksi Bersama dengan lahan, tenaga kerja, dan modal. Dengan meningkatkan perkembangan industri maka kebutuhan akan manager akan meningkat.
2. *Goal Oriented* (Berorientasi Pada Tujuan)
Management is a purposeful activity. It coordinates the efforts of workers to achieve the goals of the organization. Yang artinya manajemen merupakan sebuah aktifitas yang memiliki tujuan. Hal ini melakukan koordinasi upaya pekerja dalam mencapai goal dalam bekerja.
3. *Distinct Process* (Proses Berbeda)
Management is a distinct process consisting of such functions as planning, organizing, staffing, directing and controlling. Yang artinya manajemen merupakan proses yang terdiri dari fungsi seperti perencanaan, penataan, kepegawaian, pengarahan, dan pengendalian.
4. *Integrative Force* (Kekuatan Integratif)
The essence of management is integration of human and other resources to achieve the desired objectives. All these resources are made available to those who manage. Yang artinya manajemen merupakan sebuah

integrasi sumber daya manusia dan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan tertentu. Semua sumber daya yang di gunakan akan tersedia untuk mereka yang melakukan pengelolaan.

5. *System of Authority* (Sistem Otoritas)

Management as a team of managers represents a system of authority, a hierarchy of command and control. Managers at different levels possess varying degree of authority. Yang artinya manajemen merupakan sebuah tim yang mewakili sistem otoritas, hierarki dalam komando, dan kontrol. Manajer di tingkat yang berbeda memiliki kewenangan yang berbeda.

6. *Multi-disciplinary Subject*

Management has grown as a field of study (i.e. discipline) taking the help of so many other disciplines such as engineering, anthropology, sociology and psychology. Yang artinya manajemen telah berkembang sebagai suatu studi dengan banyak bantuan dari ilmu lain seperti Teknik, antropologi, sosiologi, dan psikologi.

7. *Universal Application*

Management is universal in character. The principles and techniques of management are equally applicable in the fields of business, education, military, government and hospital. Yang artinya manajemen memiliki sifat universal. Prinsip dan Teknik dalam manajemen dapat berguna dalam melakukan bisnis, Pendidikan, militer, pemerintahan, dan rumah sakit.

Prioritas Kompetitif Operasi

Dalam operasi manajemen, kegiatan operasinya harus berfokus ada kemampuan khusus yang dapat menghasilkan

keunggulan yang dapat dijadikan prioritas kompetitif. Berikut 4 prioritas kompetitif menurut (Albert Porter, 2009).

1. *Cost*

Dalam sebuah organisasi, jika ingin dapat bersaing dengan harga, maka suatu organisasi harus dapat menjaga harga supaya lebih rendah dibanding dalam pesaing lainnya.

2. *Time*

Kecepatan pemenuhan pesanan atas permintaan pelanggan akan menjadi hal yang paling penting dalam suatu organisasi untuk mendorong pelanggan untuk melakukan transaksi

3. *Quality*

Kualitas produk atau jasa yang dihasilkan suatu organisasi akan menaikkan kepuasan konsumen, sehingga organisasi didorong untuk menghasilkan barang atau jasa yang berkualitas.

4. *Flexibility*

Sebuah organisasi harus memiliki fleksibilitas yang di mana organisasi harus dapat menyesuaikan permintaan konsumen yang beragam.

2.1.2. Manajemen Operasional

Heizer dan Render (2018) menyebutkan bahwa, *“Operations management” (OM) is the set of activities that creates value in the form of goods and services by transforming inputs into outputs.”*

Yang artinya manajemen operasi (OM) sebagai sekumpulan aktivitas yang menciptakan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah *input* menjadi *output*.

Prioritas Kompetitif Operasi

Dalam operasi manajemen, kegiatan operasinya harus berfokus ada kemampuan khusus yang dapat menghasilkan keunggulan yang dapat dijadikan prioritas kompetitif. Berikut 4 prioritas kompetitif menurut (Albert Porter, 2009).

1. *Cost*

Dalam sebuah organisasi, jika ingin dapat bersaing dengan harga, maka suatu organisasi harus dapat menjaga harga supaya lebih rendah dibanding dalam pesaing lainnya.

2. *Time*

Kecepatan pemenuhan pesanan atas permintaan pelanggan akan menjadi hal yang paling penting dalam suatu organisasi untuk mendorong pelanggan untuk melakukan transaksi

3. *Quality*

Kualitas produk atau jasa yang dihasilkan suatu organisasi akan menaikkan kepuasan konsumen, sehingga organisasi didorong untuk menghasilkan barang atau jasa yang berkualitas.

4. *Flexibility*

Sebuah organisasi harus memiliki fleksibilitas yang di mana organisasi harus dapat menyesuaikan permintaan konsumen yang beragam.

10 Keputusan Strategis Dalam Manajemen Operasional

Heizer dan Render (2018) Seorang manajer harus dapat menangani 10 keputusan strategis yang berkaitan dengan manajemen operasional yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Perancangan Produk dan Jasa
Perancangan produk dan jasa dengan menetapkan proses transformasi yang akan dilakukan. Desain produk akan menentukan batas bawah biaya dan batas atas kualitas, serta faktor utama bagi keberlanjutan dan sumber daya manusia yang dibutuhkan.
2. Pengelolaan Kualitas Ekspektasi
Pengelolaan kualitas ekspektasi pelanggan harus ditetapkan dengan menetapkan kebijakan dan prosedur untuk mengidentifikasi serta mencapai kualitas tersebut.
3. Perancangan Proses dan Kapasitas
Keputusan mengenai suatu barang atau jasa diproduksi yang diambil membuat manajemen dalam hal teknologi, kualitas, sumber daya manusia. Dengan adanya komitmen ini maka akan menentukan struktur biaya dasar perusahaan.
4. Strategi Lokasi
Keputusan lokasi kegiatan manufaktur dan jasa akan menentukan keberhasilan suatu perusahaan.
5. Strategi Tata Letak

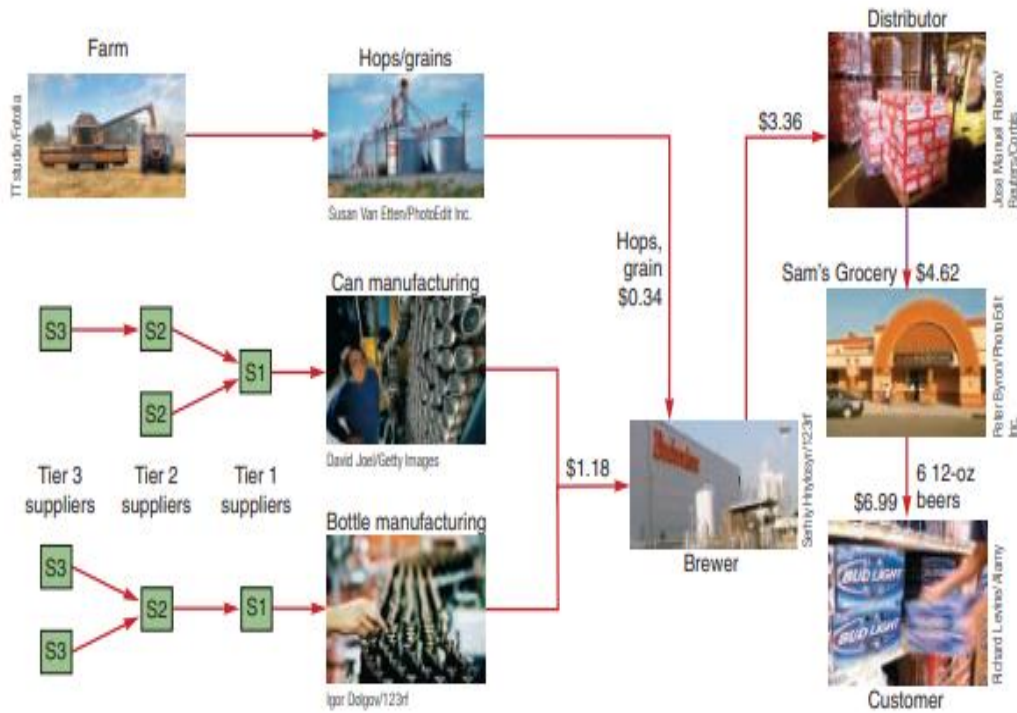
Dengan adanya integrasi kebutuhan kapasitas, tingkat personel, teknologi, dan persyaratan inventaris akan menentukan proses yang efisien.

6. **Sumber Daya Manusia dan Rancangan Pekerjaan**
Manusia merupakan kesatuan dari seluruh rancangan sistem. Oleh karena itu, cara merekrut, memotivasi, dan mempertahankan personel harus ditentukan dengan jelas.
7. **Manajemen Rantai Pasok**
Keputusan untuk mengoptimalkan aktivitas inti dari perusahaan dalam memberikan respons dan memaksimalkan kebutuhan pelanggan.
8. **Persediaan**
Keputusan persediaan dapat optimal jika kepuasan pelanggan, kemampuan pemasok, dan jadwal produksi dipertimbangkan.
9. **Penerapan Jadwal Jangka Menengah dan Pendek**
Menentukan jadwal produksi yang efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
10. **Perawatan**
Keputusan harus dibuat dengan mempertimbangkan kapasitas fasilitas, permintaan produksi, dan personel yang diperlukan untuk mempertahankan proses yang andal dan stabil.

2.1.3. *Supply Chain*

Secara umum *Supply Chain* memiliki cakupan erat yang mencakup semua interaksi antara pemasok, produsen, distributor, dan pelanggan. Dimulai dari arus barang dari barang yang dipesan oleh perusahaan ke supplier, produksi material, adanya distribusi, hingga barang diterima oleh konsumen.

Dalam hal ini, *Supply Chain* berpatokan pada adanya perpindahan informasi maupun material yang digunakan untuk produksi, dari pemasok bahan baku, setelah itu bahan baku diproduksi di pabrik, untuk kemudian dilakukan distribusi ke pelanggan.



Gambar 3 Supply Chain
Sumber: (Heizer & Render, 2018)

Supply Chain Management (SCM)

Supply Chain Management merupakan suatu pengontrolan kegiatan yang dalam hal ini untuk memperoleh barang mentah, yang di mana barang mentah ini akan diproses menjadi barang setengah jadi, dan didistribusikan ke perusahaan untuk diolah menjadi barang jadi dan kemudian didistribusikan ke konsumen akhir dengan menggunakan suatu sistem distribusi menurut Heizer dan Render (2018)

Dalam hal ini *Supply Chain Management* memiliki fokus untuk melakukan pengoptimalan aktivitas perusahaan dalam rangka

untuk memaksimalkan kecepatan perusahaan dalam merespons permintaan konsumen.

2.1.4. Logistik

Logistik merupakan bagian dari *Supply Chain Management* yang di dalamnya mengurus arus barang yang dikirim produsen ke konsumen yang meliputi kecepatan, kualitas yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Christopher (2016) menyebutkan bahwa, “Logistik pada dasarnya adalah orientasi dan kerangka kerja perencanaan yang berupaya membuat rencana tunggal untuk aliran produk dan informasi melalui bisnis. Manajemen rantai pasokan dibangun di atas kerangka kerja ini dan berusaha untuk mencapai keterkaitan dan koordinasi antara proses entitas lain dalam pipa, yaitu pemasok dan pelanggan, dan organisasi itu sendiri. Jadi, misalnya, salah satu tujuan manajemen rantai pasokan mungkin untuk mengurangi atau menghilangkan penyangga inventaris yang ada di antara organisasi dalam suatu rantai melalui berbagi informasi mengenai permintaan dan tingkat stok saat ini”.

Christopher (2016) menjelaskan bahwa, “Logistik adalah proses pengelolaan pengadaan, pergerakan dan secara strategis penyimpanan bahan, suku cadang dan persediaan jadi (dan arus informasi terkait) melalui organisasi dan saluran pemasarannya sedemikian rupa sehingga saat ini dan profitabilitas masa depan dimaksimalkan melalui pemenuhan pesanan yang hemat biaya”.

Černá dan Buková (2016) menjelaskan bahwa, “Tujuan utama dalam setiap perusahaan logistik yang menyediakan layanan adalah untuk mencapai tingkat layanan pelanggan yang diberikan secara optimal dengan biaya yang optimal. Kedua faktor penting tersebut saling berlawanan. Di satu sisi permintaan pelanggan yang terus berkembang akan kecepatan pengiriman,

kualitas dan fleksibilitas, dan di sisi lain, ada masalah daya saing harga. Singkatnya, ada potensi ketegangan pencarian konstan pada penurunan biaya logistik.”

Gunawan (2014) menjelaskan bahwa “Logistik merupakan seni dan ilmu yang mengatur dan mengontrol arus barang, energi, informasi dan sumber daya lainnya, seperti produk, jasa, dan manusia, dari sumber produksi ke pasar dengan tujuan mengoptimalkan penggunaan modal”.

Aktivitas logistik merupakan bagian dari logistik menurut Gunawan (2014). Ada beberapa aktivitas logistik yang saling berkaitan yaitu:

- Pelayanan Pelanggan
 - Pelayanan pelanggan merupakan suatu proses yang berlangsung antara pemasok dan konsumen yang akan menghasilkan nilai tambah untuk melakukan pertukaran produk dalam jangka waktu panjang maupun pendek. Sehingga dalam hal ini pelayanan pelanggan merupakan suatu proses yang memberikan nilai tambah yang penting dan efektif.
- Peramalan Permintaan
 - Peramalan permintaan ini berkaitan dengan jumlah banyak barang yang diproduksi untuk diangkut ke berbagai tujuan. Perkiraan yang akurat ini akan membuat manajer logistik untuk dapat menyediakan sumber daya yang cukup untuk dapat melayani permintaan.
- Manajemen Persediaan

- Aktivitas ini merupakan cara bagaimana suatu perusahaan melakukan persediaan yang cukup untuk memenuhi permintaan konsumen.
- Komunikasi Logistik
 - Dalam hal ini komunikasi merupakan sebuah aktivitas yang mendukung semua aktivitas bisnis, berawal dari komunikasi yang erat, maka akan menentukan keberhasilan suatu pekerjaan.
- Penanganan Material
 - Penanganan material berkaitan dengan aliran bahan baku yang akan diproduksi menjadi barang jadi.
- Proses Pemesanan
 - Proses pemesanan ini terbagi dalam beberapa komponen
 - Elemen operasional, di dalam ini terdapat *Order Entry*, penyesuaian jadwal dan persiapan pengiriman barang, dan melakukan *invoicing*.
 - Elemen komunikasi, di dalamnya terdapat modifikasi pesanan, adanya penyelidikan pesanan, melakukan koreksi pesanan.
 - Kredit dan elemen pengumpulan, adanya proses pemeriksaan kredit, maupun proses pengumpulan rekening.
- Pengemasan
 - Tujuan dari adanya proses pengemasan ini yaitu untuk mencegah suatu produk menjadi rusak ketika sedang didistribusikan dan juga mengurangi biaya material.
- Transportasi

- Aktivitas ini berhubungan dengan distribusi barang dari satu tempat ke tempat lainnya, serta distribusi barang dari pabrik ke konsumen.
- *Procurement*
 - Proses *procurement* ini memiliki suatu tujuan untuk memberikan aliran material yang terjaga selama melakukan proses produksi, selain itu juga digunakan untuk memperbaiki kualitas barang, mengembangkan kemampuan supplier dalam menjamin status stok bahan baku yang dibutuhkan.

Christopher (2016) menyebutkan bahwa “*Logistics Management* merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dalam hal ini kebutuhan pelanggan dapat dipenuhi dengan melakukan koordinasi yang luas di pasar. Untuk mencapai adanya integrasi di seluruh perusahaan, maka akan membutuhkan orientasi yang sangat berbeda.”

Dalam hal ini distribusi barang mewakili 25% dari harga jual produk. Ada 6 metode yang digunakan untuk melakukan distribusi barang:

1. *Trucking*

Merupakan moda distribusi barang yang paling banyak digunakan di banyak perusahaan. Hal ini terjadi karena distribusi dengan truk memiliki banyak kelebihan. Perusahaan yang sudah menerapkan *Just-In-Time* menuntut para pengemudi agar bisa mengirim barang dengan nyaman dan cepat.

2. *Railroads*

Merupakan moda distribusi yang mengandalkan kereta sebagai sarana pengiriman barang, biasanya sarana kereta ini digunakan untuk mengangkut batu bara untuk jarak yang jauh, atau bisa juga digunakan untuk mengangkut minyak.

3. *Airfreight*

Merupakan moda distribusi yang mengandalkan pesawat untuk melakukan pendistribusian barang, biasanya barang yang diangkut merupakan barang yang memiliki bobot yang tidak terlalu berat, barang yang *emergency*, dan barang-barang yang mudah busuk seperti buah dan sayuran.

4. *Pipelines*

Merupakan cara distribusi barang dengan menggunakan pipa, biasanya digunakan untuk melakukan distribusi minyak, gas, dan produk hasil pabrik kimia.

5. *Multimodal*

Merupakan sarana distribusi barang yang menggunakan banyak moda transportasi, seperti Ketika ingin ekspor barang, maka barang yang telah diproduksi akan didistribusikan ke pelabuhan dengan menggunakan truk untuk selanjutnya diangkut menggunakan kapal laut ke negara tujuan.

2.1.5. *Third-Party Logistics (3PL)*

3PL merupakan sebuah jasa logistik yang ditawarkan perusahaan *outsourcing* kepada perorangan maupun perusahaan. Dengan adanya 3PL ini, maka perusahaan dapat memaksimalkan fungsi dari *supply chain* yang ada, selain itu dapat menghemat

investasi perusahaan, karena perusahaan tidak perlu melakukan investasi untuk pengadaan dan perawatan armada distribusi.

3PL pada umumnya menyediakan jasa pergudangan, distribusi barang antar kota, *loading* dan *unloading* barang, serta menyiapkan kelengkapan dokumen perjalanan. Dengan adanya servis dari perusahaan 3PL ini, maka dalam hal ini perusahaan bisa menekan *cost* yang akan dikeluarkan, sehingga perusahaan menjadi efektif dan efisien.

Jenis layanan 3PL

- *Service Developer*
Dalam hal ini merupakan perusahaan penyedia layanan 3PL biasanya menawarkan sebuah pelayanan yang lebih kompleks seperti: layanan *tracking* barang, pengiriman barang yang spesial, dan juga menawarkan jasa kawalan barang untuk menjaga keamanan barang dalam melakukan pendistribusian.
- *The Customer Adapter*
Perusahaan penyedia layanan 3PL biasanya akan melakukan pekerjaan sesuai dengan permintaan pengguna, biasanya perusahaan 3PL mengambil alih kontrol kegiatan logistik dengan menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Biasanya pengguna layanan 3PL ini jumlahnya sedikit.
- *The Customer Developer*
Jenis ini memiliki tingkat tertinggi dari yang ditawarkan perusahaan penyedia jasa 3PL, biasanya akan terintegrasi dengan pengguna 3PL dan mengambil alih seluruh fungsi logistik.

2.1.6. *Service Quality*

Knowles (2011) menyebutkan bahwa terdapat banyak pendekatan dalam hal untuk memberikan kualitas layanan, dimulai dari pemahaman tentang elemen kunci dari kualitas layanan di antaranya:

- *Tangibles*
Memiliki komponen fisik layanan, penampilan lingkungan fisik, peralatan, personel, dan materi komunikasi.
- *Responsiveness*
Ketersediaan untuk membantu pelanggan dan dapat melakukan dengan tepat waktu. Dalam hal ini seberapa responsifnya karyawan cepat tanggap dalam menerima respons kebutuhan pelanggan mengenai suatu informasi.
- *Reliability*
Kemampuan untuk melakukan layanan sesuai dengan layanan yang dijanjikan dengan andal dan akurat. Dalam hal ini untuk mengetahui kemampuan badan usaha dalam memberikan pelayanan yang akurat dan tidak melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- *Assurance*
Pengetahuan dan kesopanan para staf dan memiliki kemampuan untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
- *Empathy*
Memiliki sifat peduli dan penyediaan layanan pribadi.

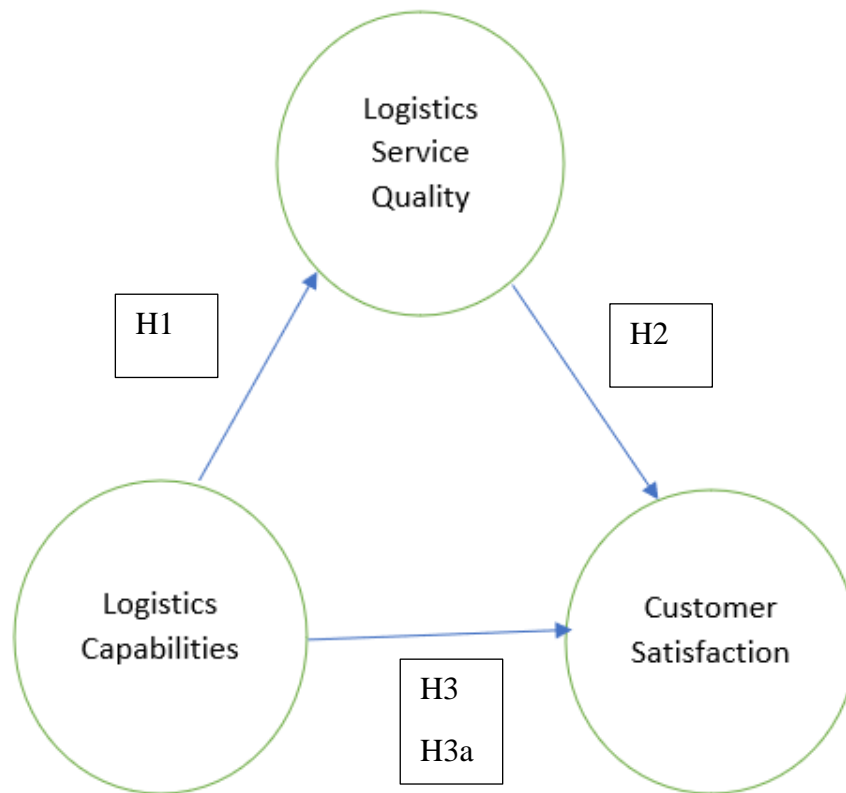
2.1.7. Customer Satisfaction

Centre (2017) dalam jurnal yang berjudul *An analysis on the impact of Logistics on Customer Service* menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai keseluruhan dari persepsi kualitas layanan. Dalam hal ini Ketika kepuasan pelanggan tidak tercapai maka akan menimbulkan ketidakpuasan. Faktor eksternal dapat menjadi sebuah pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan tingkat kepuasan yang tinggi akan menghasilkan keluhan pelanggan yang lebih rendah.

2.1.8. Logistics Capabilities

Gligor & Holcomb, (2012) dalam jurnal yang berjudul *Understanding the role of logistics capabilities in achieving supply chain agility: a systematic literature review*, menyebutkan bahwa *Logistics Capabilities* merupakan sebuah kemampuan dalam strategi manajemen untuk melakukan adaptasi dan melakukan integrasi sumber daya untuk menjawab tantangan lingkungan eksternal.

2.2 Model Penelitian



Gambar 4 Model Penelitian
Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Pada penelitian ini, peneliti mengambil model penelitian tersebut dari jurnal yang berjudul “*Logistic Service Quality as a mediator between Logistics Capabilities and Customer Satisfaction*” yang dipublikasi oleh *Emerald Insight* yang ditulis oleh (Fernandes et al., 2018)

Model tersebut diambil dari jurnal utama. Sesuai dengan penelitian yang ingin dilakukan oleh penulis untuk menganalisis kualitas layanan logistik sebagai mediator antara kemampuan logistik dan kepuasan pelanggan di PT Harmoni Nusa Raya.

2.3 Hipotesis

2.3.1. Pengaruh antara *Logistics Capabilities* dan *Logistics Service Quality*

Kemampuan logistik merupakan hal yang paling penting untuk mendukung kualitas layanan yang diberikan sebuah perusahaan. Perusahaan yang menyediakan layanan logistik membutuhkan kapabilitas sumber daya perusahaan untuk dapat memperoleh kualitas layanan yang baik. Fernandes et al., (2018)

Untuk menguji apakah terdapat pengaruh positif antara *Logistics Capabilities* dengan *Logistics Service Quality*, penulis menggunakan hipotesis yang didapat dari jurnal utama yaitu:

H1: Terdapat pengaruh antara *Logistics Capabilities* dengan *Logistics Service Quality*

2.3.2. Pengaruh antara *Logistics Service Quality* dan *Customer Satisfaction*

Kualitas layanan merupakan sebuah faktor kinerja yang dapat diukur dengan melihat kemampuan sebuah perusahaan dalam melakukan pendistribusian produk sesuai harapan pelanggan, dalam hal ini pelanggan tentu memiliki harapan besar atas layanan yang diberikan perusahaan. Hartono, (2016)

Untuk menguji apakah terdapat pengaruh positif antara *Logistics Service Quality* dan *Customer Satisfaction*, penulis menggunakan hipotesis yang didapat dari jurnal utama yaitu:

H2: Terdapat pengaruh antara *Logistics Service Quality* dengan *Customer Satisfaction*

2.3.3. Pengaruh antara *Logistics Capabilities* dan *Customer*

Satisfaction

Kemampuan merupakan sebuah bagian dalam sumber daya perusahaan yang dapat didefinisikan sebagai aset yang tidak berbentuk dan mempunyai bentuk yang dalam hal ini memungkinkan perusahaan untuk menggunakan sumber daya lainnya. Kapabilitas merupakan sumber utama perusahaan dalam hal profitabilitas dan keunggulan kompetitif suatu perusahaan. Fernandes et al., (2018)

Kemampuan dalam hal ini mencerminkan sebuah peran utama dalam strategi manajemen untuk melakukan penggabungan dan konfigurasi ulang sumber daya yang ada untuk dapat menjawab tantangan yang diberikan pelanggan. Gligor & Holcomb, (2012)

Untuk menguji apakah terdapat pengaruh positif antara *Logistics Capabilities* dan *Customer Satisfaction*, penulis menggunakan hipotesis yang didapat dari jurnal utama yaitu:

H3: Terdapat pengaruh antara *Logistics Capabilities* dengan *Customer Satisfaction*

2.3.4. Pengaruh *Logistics Service Quality* Terhadap *Logistics*

***Capabilities* dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel**

Mediasi

Kepuasan pelanggan dihasilkan ketika kualitas layanan logistik yang dihasilkan perusahaan melebihi harapan pelanggan. Ketika harapan pelanggan terpenuhi, keluhan pelanggan pasti akan berkurang. Harapan pelanggan dapat dicapai dengan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam merespon layanan logistik dengan cepat sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan

sangat penting untuk perusahaan yang menyediakan layanan logistik untuk mencapai keunggulan perusahaan. Fernandes et al., (2018)

Untuk menguji apakah terdapat mediasi *Logistics Service Quality* terhadap *Logistics Capabilities* dengan *Customer Satisfaction*, penulis menggunakan hipotesis yang didapat dari jurnal utama yaitu:

H3a: Terdapat pengaruh *Logistics Service Quality* terhadap *Logistics Capabilities* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Penelitian	Tahun	Kesimpulan
1	Waqar Ahmed, Arsalan Najmi, Sharfuddin Ahmed Khan	<i>A framework for measuring Customer loyalty for 3PL industry: a case of evolving market</i>	2020	Menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, Kepuasan pelanggan juga berpengaruh terhadap kualitas hubungan.
2	Milorad Kilibarda, Milan Andrejic	<i>Logistics service quality impact on Customer Satisfaction and loyalty</i>	2012	Model ini dimulai dari layanan logistik yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa ada dampak yang sangat kuat dari kualitas

				layanan logistik terhadap kepuasan pelanggannya
3	Hasan Uvet	<i>Importance of Logistics Service Quality in Customer Satisfaction: An Empirical Study</i>	2020	Terdapat hubungan signifikan antar ketepatan waktu, kualitas hubungan terhadap kepuasan pelanggan dalam layanan logistik
4	David M. Gligor and Mary C. Holcomb	<i>Understanding the role of logistics capabilities in achieving supply chain agility: a systematic literature review</i>	2012	Konsep kelincuhan telah dicatat sebagai sarana untuk penanganan perubahan, meningkatkan daya tanggap pelanggan, dan menguasai turbulensi pasar. Selain itu, kelincuhan telah dianggap sebagai bahan yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing perusahaan melalui penggunaan pengetahuan pasar untuk mengeksploitasi keuntungan peluang dalam lingkungan yang bergejolak.
5	Fernandes, Daniel Winter	<i>Logistic service quality as a mediator between</i>	2018	Dalam mengejar CS, para manajer produsen minyak pelumas harus melakukan investasi besar di LC, untuk

	Moori, Roberto Giro Filho, Valdir Antonio Vitorino	<i>logistics capabilities and customer satisfaction</i>		memungkinkan perusahaan aktif dalam mencari solusi logistik, integrasi dan penyediaan informasi yang dapat diandalkan kepada pelanggannya. Kualitas layanan logistik yang dirasakan oleh pelanggan berasal dari kapasitas layanan karyawan produsen dan kualitas informasi yang diberikan kepada pelanggan.
5	Hati, Shinta Wahyu Juliati, Aisyah	Analisis Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Logistik Jalur Nugraha Ekakurir (Jne)	2019	Logistics Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam penggunaan layanan jasa. Logistics Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021