

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

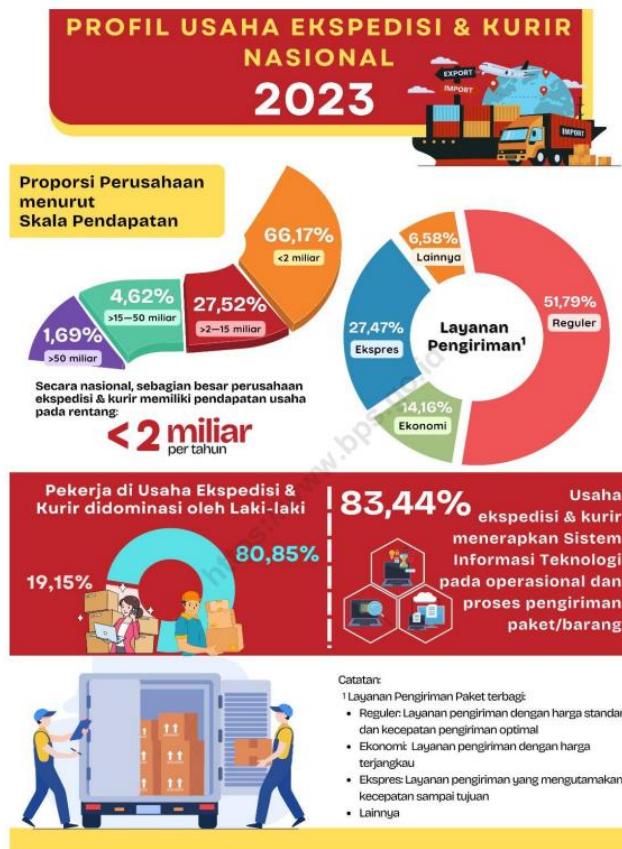
Industri logistik Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan seiring meningkatnya kebutuhan distribusi barang, baik oleh pelaku bisnis maupun pengguna individu. Sebagai negara kepulauan, Indonesia menghadapi tantangan geografis dalam sistem distribusi nasional, sehingga perusahaan logistik dituntut memiliki jaringan yang luas, efisien, dan adaptif terhadap perubahan kebutuhan masyarakat. Menurut laporan Supply Chain Indonesia (SCI) yang dikutip CNBC Indonesia (2025), industri logistik diproyeksikan tumbuh sebesar 12,53% pada tahun 2025, yang menunjukkan bahwa aktivitas distribusi barang semakin meningkat dan memerlukan dukungan infrastruktur logistik yang memadai. Sementara itu, Asosiasi Logistik Indonesia (ALI) memperkirakan bahwa pertumbuhan logistik pada tahun 2025 berada pada kisaran 7–10%, didorong oleh peningkatan mobilitas masyarakat serta tingginya permintaan pengiriman barang di dalam negeri.

Selain itu, data LogistikNews (2025) mencatat bahwa subsektor transportasi dan pergudangan yang menjadi fondasi utama dalam proses logistik juga diproyeksikan tumbuh sebesar 12,53%. Pertumbuhan ini menegaskan bahwa sistem logistik Indonesia berada dalam fase ekspansi yang kuat, di mana peningkatan jumlah pengiriman personal maupun bisnis membutuhkan proses distribusi yang lebih cepat, akurat, dan mudah diakses oleh seluruh masyarakat.

Pada tahun 2025, industri logistik nasional juga memasuki fase transformasi digital. Perusahaan logistik sudah ada yang memanfaatkan berbagai teknologi seperti *Internet of Things (IoT)*, *artificial intelligence (AI)*, dan *big data* untuk meningkatkan efisiensi operasional serta memberikan pengalaman layanan yang lebih transparan kepada pelanggan. SELOG Astra (2025) menyatakan bahwa transformasi digital menjadi salah satu pendorong

utama efisiensi logistik modern karena memungkinkan perusahaan memberikan informasi pelacakan yang akurat, proses pemesanan yang lebih cepat, hingga estimasi waktu pengiriman yang lebih jelas.

Perubahan teknologi ini mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam menggunakan layanan logistik. Pengguna kini lebih memilih aplikasi mobile untuk melakukan berbagai keperluan seperti mengecek tarif, memesan pengiriman, melacak barang secara real-time, serta memonitor proses pengiriman tanpa perlu datang langsung ke counter. Peningkatan kegiatan pengiriman pribadi seperti dokumen, hadiah, hingga paket antarkota menjadi semakin umum dilakukan oleh pengguna yang mengandalkan kenyamanan layanan digital. Kondisi ini mempertegas bahwa kualitas layanan digital kini memiliki posisi yang sama pentingnya dengan kualitas layanan fisik.



Gambar 1.1 Data Profil Usaha Ekspedisi & Kurir Nasional (2023)

Sumber: Badan Pusat Statistik Pergudangan, Ekspedisi, dan Kurir (2024)

Sejalan dengan perkembangan tersebut, data resmi pemerintah juga memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai dinamika industri ekspedisi dan kurir di Indonesia. Berdasarkan Statistik Pergudangan, Ekspedisi, dan Kurir yang diterbitkan Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, sebagian besar perusahaan ekspedisi dan kurir di Indonesia memiliki pendapatan usaha di bawah Rp2 miliar per tahun, yaitu sebesar 66,17%. Tingginya proporsi pelaku usaha berskala kecil ini mengindikasikan kompetisi industri yang sangat ketat. Dari sisi jenis layanan pengiriman, layanan reguler menjadi yang paling dominan dengan persentase 51,79%, disusul ekspres sebesar 27,47%, ekonomi 14,16%, dan layanan lainnya 6,58%. Selain itu, 83,44% perusahaan ekspedisi dan kurir tercatat telah menerapkan sistem informasi teknologi dalam kegiatan operasional dan proses pengiriman barang. Data ini menegaskan bahwa digitalisasi bukan lagi sekadar keunggulan tambahan, melainkan telah menjadi standar layanan yang wajib dipenuhi oleh perusahaan logistik di Indonesia agar tetap kompetitif di tengah perubahan pasar.

Tabel 1.1 Rata-Rata Transaksi, Persentase Layanan, dan Persentase Metode Pemesanan Perusahaan Ekspedisi Kurir Menurut Nasional (2024)

Regional	Rata-Rata Transaksi	RSE (%)	Layanan (%)		RSE (%)	Metode Pemesanan (%)		RSE (%)
			Ekspres	Reguler		Konvensional	Online	
Nasional	152.155	35.82	Ekspres	27.47%	12.86%		52.24	53.73
			Reguler	51.79%	3.14%		47.76	21.90
			Ekonomi	14.16%	5.25%			
			Lainnya	6.58%	17.36%			

Sumber: Badan Pusat Statistik Pergudangan, Ekspedisi, dan Kurir (2024)

Data BPS (2024) juga menunjukkan pola preferensi masyarakat dalam penggunaan jasa logistik di Indonesia. Layanan reguler merupakan jenis pengiriman yang paling banyak digunakan dengan persentase 51,79%, diikuti layanan ekspres sebesar 27,47%, ekonomi 14,16%, dan layanan lainnya 6,58%. Dari sisi metode pemesanan, layanan online tercatat lebih tinggi dibandingkan layanan konvensional, yaitu masing-masing 52,24% dan 47,76%. Dominasi pemesanan online tersebut menunjukkan bahwa keandalan aplikasi digital memiliki peran penting dalam memengaruhi pengalaman dan kepuasan

pelanggan terhadap layanan ekspedisi. Dengan demikian, aplikasi logistik telah menjadi salah satu komponen utama dalam interaksi pelanggan dengan penyedia layanan.

Pertumbuhan industri logistik menyebabkan persaingan antar perusahaan pengiriman semakin ketat. Beberapa penyedia layanan seperti J&T Express, JNE, dan SiCepat Ekspres menjadi pemain utama yang saling berebut pangsa pasar. Survei Populix yang dikutip dalam Jurnal Penelitian Inovatif (2024) mencatat bahwa J&T Express, JNE, dan SiCepat merupakan tiga layanan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Dominasi J&T diperkuat oleh laporan Kontan (2025) yang menyatakan bahwa J&T mencatat 24,65 miliar pengiriman sepanjang tahun 2024, menjadikannya perusahaan dengan volume pengiriman terbesar di Indonesia.

Selain persaingan dalam hal volume pengiriman, tarif layanan juga menjadi faktor penting dalam kompetisi industri logistik. Menurut Kirimku (2025), tarif pengiriman antar perusahaan kini semakin bersaing dan berada pada rentang harga yang relatif serupa. Hal ini membuat pelanggan lebih mempertimbangkan kualitas layanan sebagai faktor utama dalam memilih jasa pengiriman. Dalam penelitian mengenai J&T Express yang dilakukan oleh Eviani (2021) ditemukan bahwa keandalan sistem pelacakan dan ketepatan waktu pengiriman memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, bahkan dengan koefisien determinasi sebesar 79,3%. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas layanan menjadi kekuatan utama dalam memenangkan persaingan, terutama ketika harga antar penyedia layanan relatif serupa.

Selain persaingan harga dan volume pengiriman, kepuasan dan loyalitas pelanggan juga menjadi isu penting dalam industri logistik di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Khairi dan Cahyadi (2023) pada pengguna JNE dan J&T Express di Jabodetabek membuktikan bahwa Logistics Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer satisfaction dan customer loyalty, yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki peran utama

dalam membentuk tingkat kepuasan serta loyalitas pelanggan terhadap perusahaan jasa pengiriman. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketika kualitas layanan tidak terpenuhi secara konsisten, tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan cenderung menurun.

Peneliti selanjutnya menurut Handoyo et al. (2025) menjelaskan bahwa pelanggan jasa logistik yang merasa tidak puas terhadap kualitas layanan, seperti keterlambatan pengiriman, ketidakakuratan informasi pelacakan, dan penanganan keluhan yang kurang responsif, cenderung mudah berpindah ke penyedia jasa logistik lain. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dalam industri logistik bersifat relatif rendah dan sangat bergantung pada pengalaman layanan yang diterima.

Kondisi tersebut sejalan dengan penelitian Kadarisman et al. (2024) yang menemukan bahwa masih terdapat berbagai permasalahan layanan pada perusahaan logistik di Indonesia, seperti kesalahan operasional dan keterlambatan layanan, yang berdampak langsung terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, meskipun industri logistik mengalami pertumbuhan yang pesat, permasalahan kualitas layanan masih berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan serta memperkuat persaingan antar perusahaan jasa pengiriman.

Di tengah kompetisi tersebut, SiCepat Ekspres menjadi salah satu perusahaan logistik yang berkembang pesat dan banyak digunakan oleh pengguna individu yang datang langsung ke counter maupun pengguna aplikasi mobile layanan SiCepat dikenal dengan tarif kompetitif dan jaringan distribusi yang luas. Meskipun demikian, tren persaingan yang semakin ketat memunculkan berbagai tantangan dalam kualitas pelayanan SiCepat, baik pada layanan fisik maupun digital.

Pada tahun 2022, muncul berbagai tantangan yang mempengaruhi kualitas layanan SiCepat. Salah satu tantangan yang paling menonjol adalah keterlambatan pengiriman di wilayah Jabodetabek, yang dikonfirmasi oleh

SiCepat melalui pernyataan resminya dalam laporan Republika (2022). Keterlambatan tersebut disebabkan oleh perubahan alur kerja (workflow) operasional yang berdampak pada proses sortir dan distribusi paket. Kondisi ini menunjukkan adanya hambatan pada dimensi *timeliness*, salah satu indikator penting dalam LSQ.

Namun, penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan SiCepat masih memiliki beberapa kendala. Dalam penelitian Devianarko & Sulistiowati (2023) mengatakan bahwa aplikasi SiCepat menghadapi masalah pada aspek *usability*, seperti navigasi yang kurang intuitif, kecepatan akses yang tidak stabil, serta ketidakakuratan informasi pelacakan. Sementara itu, dalam penelitian Widowati, Kharisma, dan Hermawan (2023) hasil SERVQUAL menunjukkan adanya gap antara harapan dan persepsi pelanggan SiCepat, terutama pada dimensi *reliability* dan *responsiveness* yang dianggap masih perlu ditingkatkan.

Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun SiCepat memiliki popularitas tinggi dan basis pengguna besar, kualitas layanan baik pada counter maupun aplikasi masih belum sepenuhnya mampu bersaing dengan perusahaan yang memiliki sistem lebih stabil.

Dalam konteks persaingan yang semakin ketat tersebut, posisi SiCepat menjadi menarik untuk dikaji. SiCepat merupakan salah satu penyedia layanan logistik yang dikenal melalui layanan cepatnya seperti SiCepat Reguler (SiReg), Best (Besok Sampai Tujuan), dan layanan digital melalui aplikasi resminya. Aplikasi SiCepat sendiri telah mencatat lebih dari 100 ribu unduhan di Google Play. Namun, beragam masalah yang terjadi pada tahun 2025 yang menunjukkan adanya tantangan dalam kualitas layanan SiCepat. Salah satu isu yang banyak disorot publik adalah keterlambatan pengiriman di Jabodetabek, yang dikonfirmasi melalui laporan Republika (2025). Keterlambatan tersebut terjadi akibat perubahan workflow operasional yang berdampak pada proses sortir dan distribusi barang.

Selain permasalahan keterlambatan, keluhan mengenai paket hilang, proses klaim yang lambat, serta kendala komunikasi dengan customer service juga banyak dibahas di platform pengaduan publik seperti Mediakonsumen (2025). Kondisi ini menggambarkan bahwa peningkatan volume pengiriman tidak selalu diikuti oleh peningkatan kualitas layanan di lapangan. Tahun 2025 juga ditandai dengan diberlakukannya Permen Komunikasi dan Digital No. 8 Tahun 2025, yang menuntut penyedia layanan logistik untuk meningkatkan transparansi, standar pelayanan, serta akurasi informasi pelacakan.



MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 1.2 Aplikasi J&T Ekspress Indonesia
Sumber: Play Store (2025)

Selain SiCepat, dua kompetitor utama di industri logistik yaitu J&T Express dan JNE juga menyediakan layanan digital melalui aplikasi mobile. Berdasarkan data Google Play (2025), aplikasi J&T Express Indonesia memperoleh rating 2.4 dari 5 berdasarkan 132.895 ulasan, dengan sebagian

besar pengguna menilai aplikasi stabil dari segi kemudahan navigasi dan keandalan fitur pelacakan barang.



Gambar 1.3 Aplikasi My JNE

Sumber: Play Store (2025)

Sementara itu, aplikasi My JNE mencatat rating 1.4 dari 5 berdasarkan 127.711 ulasan, dengan mayoritas keluhan berkaitan dengan error sistem, kesulitan login, dan update pelacakan yang lambat. Kedua data tersebut menunjukkan bahwa meskipun kompetitor menghadapi tantangan digital, performa aplikasi SiCepat masih berada pada posisi paling rendah dibandingkan keduanya.



Gambar 1.4 Aplikasi SiCepat Ekspres

Sumber: Play Store (2025)

Fenomena yang paling mencolok pada 2025 berasal dari sisi layanan aplikasi SiCepat. Berdasarkan data Google Play (2025), aplikasi SiCepat memperoleh rating 1.3 dari 5 berdasarkan 8.324 ulasan, dengan mayoritas ulasan memberikan bintang 1 dan berisi keluhan mengenai error tracking, keterlambatan update status, aplikasi yang sering force close, serta lambatnya respons customer service. Temuan ini menunjukkan bahwa tantangan layanan tidak hanya terjadi pada level operasional counter, tetapi juga pada sistem digitalnya. Kondisi ini sangat relevan dengan dimensi *timeliness*, *order accuracy*, *order condition*, dan *order discrepancy handling* yang merupakan bagian dari Logistic Service Quality (LSQ).

Meskipun SiCepat menjadi salah satu perusahaan logistik yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, fenomena permasalahan kualitas layanan terlihat semakin jelas dan konsisten berdasarkan berbagai laporan publik. Tingginya jumlah pengguna tidak sejalan dengan kualitas layanan yang dirasakan pelanggan, terutama pada aspek ketepatan waktu pengiriman, keakuratan informasi pelacakan, kondisi barang yang diterima, serta efektivitas penanganan keluhan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara popularitas layanan dan pengalaman pelanggan yang sebenarnya. Banyaknya ulasan negatif terkait error tracking, keterlambatan pembaruan status paket, serta lamanya respons Customer Service mengindikasikan bahwa permasalahan yang dihadapi pelanggan bukan bersifat insidental, melainkan mencerminkan ketidakstabilan kualitas operasional SiCepat. Fenomena ini semakin menegaskan bahwa meskipun SiCepat memiliki pangsa pasar besar, kualitas layanan yang kurang konsisten berpotensi menurunkan kepuasan bahkan loyalitas pelanggan, sehingga penting untuk diteliti secara mendalam melalui pendekatan dimensi Logistics Service Quality (LSQ).

Masalah layanan tersebut menunjukkan bahwa persaingan dalam industri logistik tidak hanya berkaitan dengan kecepatan pengiriman atau harga, tetapi juga kualitas pelayanan secara keseluruhan. Persaingan yang semakin meningkat dapat memicu munculnya berbagai problem layanan apabila perusahaan tidak mampu menjaga konsistensi operasionalnya. Sebaliknya, kualitas layanan yang baik justru dapat menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Tjiptono (2011) bahwa kualitas layanan merupakan upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan dan memberikan pengalaman yang unggul.

Berdasarkan perbandingan rating ketiga aplikasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa SiCepat merupakan penyedia layanan logistik dengan performa digital paling rendah pada tahun 2025, terutama pada aspek kemudahan penggunaan, akurasi pelacakan, stabilitas aplikasi, dan respon layanan pelanggan. Kondisi ini menjadi kontras dengan tingginya angka

penggunaan layanan SiCepat oleh masyarakat, baik melalui counter maupun aplikasi digital. Ketidaksesuaian antara tingginya permintaan dan rendahnya kualitas pelayanan digital menjadikan SiCepat sebagai objek penelitian yang relevan untuk dikaji secara mendalam. Dengan memahami sejauh mana kualitas layanan logistik memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan SiCepat, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi strategis bagi peningkatan kinerja layanan SiCepat dalam menghadapi persaingan industri logistik yang semakin kompetitif pada tahun 2025.

Dalam penelitian Shinta Wahyu Hati (2019) kualitas layanan logistik terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan muncul ketika layanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan konsumen. Pada akhirnya, konsumen yang puas akan cenderung melakukan pembelian ulang, merekomendasikan layanan, dan tetap setia meskipun terdapat alternatif lain. Dalam konteks SiCepat, memahami bagaimana LSQ memengaruhi kepuasan dan loyalitas sangat penting untuk menghadapi tekanan kompetitor dan masalah operasional yang terjadi pada tahun 2025.

Dengan meningkatnya ekspektasi pengguna, intensitas persaingan, dan fenomena layanan yang terjadi, penelitian mengenai pengaruh LSQ terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan SiCepat Ekspres pada tahun 2025 menjadi relevan dan penting untuk dilakukan. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan strategis bagi SiCepat dalam meningkatkan kualitas layanan, baik pada level counter maupun aplikasi digitalnya.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan kesenjangan penelitian (research gap) yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Logistics Service Quality* (LSQ) terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna layanan SiCepat Ekspres?

2. Bagaimana pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada pengguna layanan SiCepat Ekspres?
3. Apakah *Logistics Service Quality* (LSQ) berpengaruh secara langsung terhadap *Customer Loyalty* pada pengguna layanan SiCepat Ekspres?
4. Apakah *Customer Satisfaction* berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *Logistics Service Quality* (LSQ) dan *Customer Loyalty* pada pengguna layanan SiCepat Ekspres?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Logistics Service Quality* (LSQ) terhadap *Customer Satisfaction* pada pengguna layanan SiCepat Ekspres.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada pengguna layanan SiCepat Ekspres.
3. Untuk mengetahui apakah *Logistics Service Quality* (LSQ) berpengaruh secara langsung terhadap *Customer Loyalty* pada pengguna layanan SiCepat Ekspres.
4. Untuk menguji peran *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *Logistics Service Quality* (LSQ) dan *Customer Loyalty* pada pengguna layanan SiCepat Ekspres.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen operasi dan logistik, melalui kajian empiris mengenai pengaruh *Logistics Service Quality* (LSQ) terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*. Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai penerapan konsep LSQ dalam konteks perusahaan logistik berbasis aplikasi digital di Indonesia, sehingga dapat menjadi rujukan akademik untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

A. Bagi Perusahaan (SiCepat Ekspres)

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen SiCepat Ekspres untuk menilai sejauh mana kualitas layanan logistik yang diberikan telah memenuhi ekspektasi pelanggan. Temuan penelitian juga dapat digunakan untuk merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan, terutama pada dimensi ketepatan waktu (*timeliness*), keakuratan informasi (*information accuracy*), dan responsivitas layanan.

B. Bagi Konsumen

Penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada pelanggan mengenai pentingnya kualitas layanan dalam menentukan tingkat kepuasan dan loyalitas terhadap penyedia jasa logistik, sehingga konsumen dapat lebih bijak dalam memilih layanan yang memiliki reputasi baik.

C. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi referensi empiris dan dasar pertimbangan untuk penelitian lanjutan terkait LSQ, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty*, baik di sektor logistik maupun sektor jasa lainnya, dengan pengembangan konteks, model penelitian, atau variabel tambahan.

1.5 Batasan Penelitian

1. Penelitian ini berfokus pada tiga variabel, yaitu *Logistics Service Quality* (LSQ) sebagai variabel independen, *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi, dan *Customer Loyalty* sebagai variabel dependen.
2. Objek penelitian difokuskan pada pelanggan individu pengguna layanan SiCepat Ekspres. Penelitian tidak mencakup pelanggan korporat atau mitra bisnis perusahaan.
3. Penelitian dilakukan pada tahun 2025 sehingga temuan mencerminkan kondisi terkini industri logistik dan perilaku pelanggan pada periode tersebut.
4. Perspektif penelitian berfokus pada persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, bukan evaluasi teknis proses operasional internal perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

- Bab I – Pendahuluan**

Bab ini berisi penjelasan mengenai gambaran umum penelitian yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, serta sistematika penulisan. Pada bab ini juga dijelaskan alasan pemilihan topik dan pentingnya penelitian terkait *Logistics Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada pengguna layanan SiCepat Ekspres di wilayah Tangerang.

- Bab II – Tinjauan Pustaka**

Bab ini membahas berbagai teori dan konsep yang relevan dengan penelitian, seperti teori mengenai *e-commerce*, *logistics service quality (LSQ)*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty*. Selain itu, bab ini juga memuat penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian yang dijadikan dasar dalam analisis.

- Bab III – Metodologi Penelitian**

Bab ini menjelaskan pendekatan dan metode penelitian yang digunakan, termasuk jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi serta sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

- Bab IV – Hasil dan Pembahasan**

Bab ini memaparkan hasil analisis data yang telah diperoleh selama proses penelitian, kemudian dibahas secara mendalam dengan mengaitkannya pada teori dan hasil penelitian terdahulu. Fokus pembahasan diarahkan pada analisis pengaruh *Logistics Service Quality (LSQ)* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada pengguna SiCepat Ekspres di Tangerang.

- Bab V – Penutup**

Bab terakhir berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran yang ditujukan bagi pihak perusahaan maupun peneliti selanjutnya. Kesimpulan disusun berdasarkan temuan dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya.