

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS serta uji hipotesis yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa seluruh dimensi Logistics Service Quality (Order Accuracy, Order Condition, Timeliness, dan Order Discrepancy Handling) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Satisfaction. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan logistik memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk persepsi kepuasan pelanggan terhadap layanan SiCepat.

Variabel Timeliness merupakan faktor dengan pengaruh terbesar, menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman menjadi aspek yang paling menentukan dalam pengalaman pelanggan.

Selain itu, Order Discrepancy Handling juga memiliki pengaruh signifikan yang cukup besar, sehingga menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menangani keluhan dan permasalahan pengiriman memberikan dampak langsung terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Order Condition dan Order Accuracy turut memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kepuasan, di mana keutuhan barang serta keakuratan informasi memengaruhi persepsi profesionalitas dan keandalan layanan logistik.

Selanjutnya, Customer Satisfaction terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Customer Loyalty. Temuan ini menegaskan bahwa pelanggan yang puas cenderung untuk tetap menggunakan layanan SiCepat dan bersedia merekomendasikannya kepada orang lain.

Dengan demikian, peningkatan kualitas layanan logistik bukan hanya berdampak pada pengalaman pelanggan dalam jangka pendek, tetapi juga berkontribusi pada perluasan basis pelanggan dan penguatan posisi kompetitif

perusahaan dalam jangka panjang. Secara keseluruhan, penelitian ini mengonfirmasi bahwa pengelolaan kualitas layanan logistik yang baik merupakan strategi kunci dalam meningkatkan kepuasan sekaligus membangun loyalitas pelanggan pada perusahaan logistik.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas layanan logistik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, SiCepat perlu melakukan serangkaian perbaikan strategis dan operasional yang lebih terstruktur, terukur, dan berbasis praktik terbaik di industri logistik modern. Pada aspek Timeliness yang menjadi faktor paling dominan, SiCepat harus segera mengoptimalkan efisiensi proses pengiriman dengan mengadopsi teknologi *dynamic route optimization* seperti yang diterapkan DHL Express untuk mempercepat last-mile delivery, serta memperkuat sistem sortir dengan *automated conveyor* sebagaimana digunakan J&T Express untuk mengurangi kemacetan operasional pada jam sibuk. Strategi ini perlu disertai pembentukan KPI ketepatan waktu minimal 95% dan audit performa harian pada hub dengan volume tinggi untuk memastikan peningkatan yang konsisten. Selanjutnya, untuk memperbaiki Order Discrepancy Handling, SiCepat perlu menerapkan sistem penanganan komplain berbasis *digital ticketing* seperti JNE sehingga setiap keluhan dapat dipantau secara transparan oleh pelanggan. Penerapan sistem eskalasi bertingkat ala Amazon Logistics penting dilakukan untuk mempercepat penyelesaian kasus kritis seperti paket hilang atau rusak, disertai SLA respons maksimal 1×24 jam dan pelatihan intensif komunikasi pelayanan bagi tim Customer Service agar pengalaman pelanggan tetap positif meskipun terjadi masalah.

Pada aspek Order Condition, perusahaan harus memperkuat pengawasan terhadap alur penyortiran dan penanganan barang dengan

menerapkan jalur khusus untuk barang fragile seperti yang dilakukan J&T Express, memasang sistem CCTV untuk menekan human error, serta menerapkan *random quality check* sebagaimana praktik DHL guna mendeteksi secara dini titik risiko kerusakan barang. Untuk meningkatkan Order Accuracy, SiCepat perlu memperkuat integrasi sistem input melalui penerapan teknologi *auto-validation* seperti FedEx dan *double verification system* sebagaimana diterapkan Ninja Xpress untuk memastikan setiap data pengiriman akurat sebelum masuk ke sistem operasional. Sinkronisasi data antar divis perlu dilakukan secara otomatis dalam interval pendek untuk meminimalkan kesalahan informasi tracking, didukung pelatihan berkala bagi petugas counter agar ketelitian input tetap terjaga pada volume pelanggan yang tinggi.

Akhirnya, karena Customer Satisfaction terbukti berperan kuat dalam membentuk Customer Loyalty, SiCepat perlu mengembangkan program retensi pelanggan yang lebih agresif dan berkelanjutan, seperti *loyalty rewards*, diskon ongkir untuk pelanggan aktif, atau fitur personalisasi layanan seperti FedEx Delivery Manager yang memberikan pilihan waktu pengantaran dan notifikasi status real-time. Pemanfaatan *customer sentiment analysis* dari ulasan Play Store dan Media Konsumen harus dilakukan secara rutin untuk mempercepat siklus perbaikan layanan berbasis data. Dengan mengimplementasikan langkah-langkah strategis tersebut secara konsisten, SiCepat tidak hanya akan meningkatkan kualitas layanan secara menyeluruh, tetapi juga mampu memperkuat posisi kompetitifnya di industri logistik nasional, meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan, dan menciptakan loyalitas jangka panjang yang lebih stabil di tengah persaingan yang semakin ketat.

5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, terutama pada penggunaan judgmental sampling yang hanya melibatkan responden dengan pengalaman langsung menggunakan layanan SiCepat dalam beberapa bulan terakhir. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan responden, seperti membandingkan pengalaman pengguna dari beberapa perusahaan logistik sekaligus untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai persepsi kualitas layanan logistik di Indonesia. Selain itu, penelitian mendatang dapat mempertimbangkan model yang lebih kompleks dengan menambahkan variabel mediasi atau moderasi, seperti perceived value, trust, brand image, maupun switching cost, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pembentukan loyalitas pelanggan.

Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan metode campuran (mixed method) untuk menangkap pengalaman pelanggan secara lebih detail melalui wawancara mendalam. Penelitian longitudinal juga dapat menjadi alternatif, agar perubahan kualitas layanan perusahaan logistik dapat diamati dari waktu ke waktu. Di samping itu, penggunaan data operasional perusahaan (misalnya data keterlambatan, error tracking, tingkat komplain) dapat memberikan perspektif yang lebih objektif dalam menganalisis korelasi antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, penelitian lanjutan berpotensi memberikan kontribusi yang lebih kaya terhadap literatur Logistics Service Quality serta pengelolaan kualitas layanan logistik di Indonesia.