

# ANALISIS SISTEM INFORMASI LOGISTIK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI PADA J&T EXPRESS

<sup>1</sup>Tara Luthfia Rianda, <sup>2</sup>Dian Arisanti, <sup>3</sup>Gugus Wijonarko, <sup>4</sup>Mudayat

STIA Manajemen Kepelabuhanan Barunawati, Jl. Perak Barat No.173 Surabaya

E-mail : <sup>1</sup>taraluthfiarianda@gmail.com, <sup>2</sup>dian.arisanti@stiamak.ac.id, <sup>3</sup>gugus.wijonarko@stiamak.ac.id, <sup>4</sup>mudayat@stiamak.ac.id

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak dari Sistem Informasi Logistik dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada cabang J&T Express di Surabaya Utara. Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya sistem informasi dan layanan dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan ditengah persaingan ketat dalam industri layanan logistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan SEM-PLS (*Structural Equation Modeling-Partial Least Square*). Dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang merupakan pelanggan aktif J&T Express. Hasil studi ini menunjukkan bahwa sistem informasi logistik dan kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan pengaruh masing-masing sebesar 40,3% dan 56,7%. Kepuasan pelanggan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 59,6%. Namun, baik sistem informasi logistik maupun kualitas layanan tidak berdampak langsung pada loyalitas pelanggan. Sebaliknya kedua variabel tersebut berdampak secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan sebesar 24,0% dan 33,8%. Dari temuan ini, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan memainkan peran penting sebagai variabel mediasi dalam membentuk loyalitas pelanggan. Penelitian ini memberikan implikasi pada manajemen J&T Express agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang menjadi prioritas utama dalam strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam literature pemasaran jasa logistik, khususnya pada ekspedisi modern seperti J&T Express.

**Kata Kunci** : J&T Express; Kepuasan Pelanggan; Kualitas Layanan; Loyalitas Pelanggan; Sistem Informasi Logistik; PLS.

## Abstract

*This study aims to examine the impact of Logistics Information Systems and Service Quality on customer loyalty, with customer satisfaction as a mediating variable, at the J&T Express branch in North Surabaya. The background of this research is the importance of information systems and services in building customer satisfaction and loyalty amidst intense competition in the logistics service industry. This research uses a quantitative approach with SEM-PLS (Structural Equation Modeling-Partial Least Square). Using a sample of 100 respondents who are active J&T Express customers. The results of this study indicate that the logistics information system and service quality have a significant impact on customer satisfaction, with influences of 40.3% and 56.7% respectively. Customer satisfaction also significantly affects customer loyalty by 59.6%. However, neither the logistics information system nor service quality directly impacts customer loyalty. Conversely, both variables have an indirect impact through customer satisfaction, accounting for 24.0% and 33.8% respectively. Based on these findings, it can be concluded that customer satisfaction plays a significant role as a mediating variable in shaping customer loyalty. This research has implications for J&T Express management, enabling them to improve customer satisfaction, which is a top priority in their strategy to maintain customer loyalty. Additionally, this research provides a new contribution to the literature on logistics service marketing, particularly for modern express delivery services like J&T Express.*

**Keywords**: J&T Express; Customer Satisfaction; Service Quality; Customer Loyalty; Logistics Information System; PLS.

## I. PENDAHULUAN

Peningkatan pesat e-commerce di Indonesia telah menyebabkan peningkatan permintaan akan layanan pengiriman yang cepat, aman, dan efektif. Dalam lingkungan ini, layanan pengiriman seperti J&T Express menjadi landasan operasional logistik. Sistem informasi logistik yang efektif sangat penting untuk meningkatkan kecepatan pengiriman, akurasi pelacakan, pengelolaan armada dan gudang, yang semuanya memiliki dampak langsung pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Karena persaingan yang sengit di industri layanan pengiriman, J&T Express harus terus meningkatkan sistem informasi logistik dan kualitas layanannya untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Kebahagiaan pelanggan, yang didasarkan pada kualitas layanan dan efektivitas sistem informasi, akan menumbuhkan loyalitas, yaitu komitmen pelanggan untuk terus menggunakan layanan tersebut meskipun pesaing menawarkan penawaran yang lebih baik. Loyalitas pelanggan juga sangat penting dalam memastikan kesuksesan jangka panjang perusahaan.

Selain itu, kemajuan teknologi informasi dan munculnya e-commerce telah memaksa perusahaan logistik untuk menerapkan sistem informasi yang mampu mendukung operasional yang efisien dan memberikan layanan yang baik. Sesuai dengan hal tersebut, penelitian ini berfokus pada Cabang J&T Express Surabaya Utara untuk menyelidiki dampak sistem informasi logistik dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta fungsi kepuasan sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Upaya ini juga mendukung tujuan pemerintah dalam meningkatkan daya saing ekonomi nasional melalui transformasi digital dan meningkatkan kualitas layanan logistik.

Sistem Informasi logistik (SIL) merupakan bagian dari sistem informasi manajemen yang digunakan untuk mengelola aliran barang, informasi, dan jasa mulai dari pemasok hingga ke pelanggan akhir. Menurut Simpony (Simpony et al., 2022) sistem informasi logistik berbasis web dapat membantu dan memudahkan proses pendataan barang logistik secara efisien, tepat, dan fleksibel. Sistem Informasi logistik adalah jaringan komunikasi yang lebih luas yang ada di dalam organisasi atau perusahaan yang harus dibuat persiapan untuk membuat atau mengirim serta dapat menerima informasi yang disampaikan oleh organisasi atau perusahaan (Hidayana & Nuryanto, 2021).

Penerapan sistem informasi logistik yang terintegrasi diharapkan mampu meningkatkan efisiensi operasional dan ketepatan data dalam proses logistik. Sistem informasi logistik memungkinkan pengelolaan dan pemantauan persediaan, pergerakan barang, serta berbagai aktivitas logistik lainnya secara real-time dan terstruktur. Dalam layanan ekspedisi seperti *J&T Express*, sistem ini berperan penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Adapun indikator dari sistem informasi logistik adalah Kemudahan Akses, Kecepatan Informasi, Keakuratan Informasi, Kelengkapan Informasi, dan Keamanan Sistem.

Kualitas layanan merupakan faktor krusial dalam menentukan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut (Indrasari, 2019) dalam (Apriliana et al., 2022) kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis ditengah ketatnya persaingan industri. (Hidayat dan Sulistyani, 2021) menyatakan bahwa pelayanan merupakan variabel yang paling dominan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dan konsumen, jadi perusahaan harus memperhatikan dengan serius kualitas pelayanan dengan meningkatkan segala aspek yang bisa menunjang kualitas pelayanan pada konsumen. Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh (Parasuraman et al., 1988) dalam (Ighomereho et al., 2022) mengidentifikasi lima dimensi utama dalam mengukur kualitas layanan seperti *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati).

Menurut Sangadji dan Shopia dalam (Andrieani, 2016) dalam (Novia et al., 2020) kepuasan diartikan sebagai adanya kesempatan antara kinerja produk dan pelayanan yang dapat diterima oleh pelanggan. Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas

jasa. Kepuasan pelanggan juga berarti evaluasi pelanggan terhadap kinerja produk ataupun jasa yang diterima terhadap ekspektasi kinerja dari produk maupun jasa yang diterimanya terhadap ekspektasi kinerja dari produk ataupun jasa dari pelanggan.

Menurut (Tjiptono, 2020) dalam (Wibowo, 2022), indikator kepuasan pelanggan terdiri dari Kesesuaian Harapan (*Expectatin Confirmation*), Kualitas Pengalaman Layanan, Nilai Manfaat Terhadap Harga, Kesiediaan untuk Menggunakan Kembali, Kesiediaan untuk Merekomendasikan (*Word of Mouth*). Loyalitas pelanggan merupakan suatu bukti bahwa pelanggan merasakan kepuasan terhadap sebuah produk atau jasa yang telah digunakan dan melakukan pembelian secara berulang (Miryanda dan Dewi, 2023). Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang tercermin dari sikap (*attitude*) yang positif dan wujud perilaku (*behavior*) pembelian ulang yang dilakukan oleh pelanggan tersebut secara konsisten dalam jangka waktu yang lama, (Tjiptono, et al., 2016 dalam (Miryanda dan Dewi, 2023).

Penelitian yang dilakukan (Hariro *et al.*, 2022) menyebutkan bahwa loyalitas pelanggan saat ini tidak hanya dilihat dari pembelian ulang semata, tetapi juga dari sikap pelanggan dalam mempertahankan hubungannya dengan perusahaan meskipun terdapat gangguan eksternal, seperti pandemi COVID-19. Pada situasi tersebut, pemasaran relasional dan kualitas interaksi layanan menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas. Dalam penelitian ini, loyalitas pelanggan dapat diukur menggunakan indikator berdasarkan referensi teoritis dan empiris, di antaranya *Repurchase Intention*, *WOM (Word Of Mouth)*, *Resistance to Switching*, *Emotional Attachment*, dan *Brand Preference*.

Loyalitas pelanggan merupakan aspek penting dalam strategi pemasaran jangka panjang dan menjadi salah satu indikator untuk keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Menurut (Kristanto, 2022), loyalitas terbentuk sebagai dampak dari kepuasan yang dirasakan secara berkelanjutan, yang selanjutnya akan mendorong para pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Penelitian ini juga berkontribusi pada pengembangan *theory of customer satisfaction and loyalty* dengan memvalidasi relevansi dimensinya dalam konteks layanan pelabuhan. Hasilnya dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang berfokus terhadap sistem informasi logistik dan kualitas layanan dapat memengaruhi loyalitas pelanggan dengan bertindak sebagai mediator antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, dimana layanan yang mereka terima cenderung akan menunjukkan perilaku loyal. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memiliki nilai praktis bagi perusahaan, tetapi juga nilai akademis dalam memperkaya literatur manajemen pelayanan jasa.

## II. METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal untuk menyelidiki dampak sistem informasi logistik dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Peserta penelitian adalah pelanggan J&T Express di wilayah Surabaya Utara yang telah menggunakan layanan tersebut selama tiga bulan terakhir. Populasi dalam penelitian ini adalah semua klien aktif J&T Express Surabaya Utara; karena populasi tidak diketahui secara pasti, prosedur pengambilan sampel menggunakan rumus Lemeshow, menghasilkan 100 responden sebagai sampel penelitian. Pelanggan berusia 20 hingga 45 tahun yang

tinggal di Surabaya Utara dan menggunakan layanan dalam tiga bulan terakhir dimasukkan dalam sampel.

Sumber data meliputi data primer yang dikumpulkan dari responden melalui kuesioner online, serta data sekunder dari publikasi ilmiah, jurnal, buku, dan makalah internal perusahaan. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Forms. Variabel penelitian dapat didefinisikan secara operasional berdasarkan *theory of customer satisfaction and loyalty* (Mishra, 2022). Variabel yang diteliti meliputi variabel independen (sistem informasi logistik dan kualitas layanan), variabel dependen (loyalitas pelanggan), dan variabel mediasi (kepuasan pelanggan). Setiap variabel disajikan secara operasional dan dinilai menggunakan skala Likert 5 poin. *Path analysis* dan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan teknik *Partial Least Squares* (PLS) digunakan untuk menganalisis data, yang dilakukan dengan perangkat lunak SmartPLS.

Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan pengujian model eksternal. Ini termasuk validitas konvergen (beban luar  $\geq 0,7$ ), validitas diskriminan ( $AVE \geq 0,5$ ), dan reliabilitas (*Cronbach Alpha*  $\geq 0,7$ ). Pengujian model internal meliputi penilaian *R-Square* dan relevansi prediktif ( $Q^2$ ), serta pengujian signifikansi jalur menggunakan bootstrapping pada tingkat signifikansi 5%. Metodologi ini memungkinkan pengujian hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel, memastikan bahwa temuan penelitian dapat diandalkan dan valid dalam menggambarkan dampak sistem informasi logistik dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang diukur melalui kepuasan pelanggan di J&T Express Surabaya Utara.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis data menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan teknik *Partial Least Squares* (PLS), penelitian ini menguji sistem informasi logistik dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi pada J&T Express. Hasil dari pengujian variabel disajikan dalam :

#### 1. Uji Validitas

##### 1) Uji Konvergen

Validitas konvergen yaitu merupakan suatu angka yang digunakan untuk menunjukkan bahwa ada keterkaitan positif antara indikator dengan indikator lainnya dalam kerangka suatu konstruk. Uji validitas konvergen diukur dengan melihat nilai dari “*outer loading*” dimana jika nilainya lebih besar dari 0,7 maka indikator tersebut dianggap sah. Sebaliknya, jika nilai “*outer loading*” kurang dari 0,7 maka indikator dianggap tidak valid.

**Tabel 1 Uji Validitas Konvergen**

	<i>Customer Loyalty</i>	<i>Customer Satisfaction</i>	<i>Perceived Value</i>	<i>Service Quality</i>	<i>System Quality</i>
<b>CL1</b>	0.922				
<b>CL10</b>	0.905				

CL11	0.897			
CL12	0.921			
CL2	0.911			
CL3	0.921			
CL4	0.946			
CL5	0.951			
CL6	0.935			
CL7	0.94			
CL8	0.949			
CL9	0.937			
CS1		0.924		
CS2		0.918		
CS3		0.937		
CS4		0.939		
CS5		0.938		
PV1			0.914	
PV2			0.912	
PV3			0.94	
SEQ10				0.894
SEQ2				0.782
SEQ3				0.828
SEQ4				0.813
SEQ5				0.823
SEQ6				0.835
SEQ7				0.825
SEQ8				0.871
SEQ9				0.77
LISY2				0.878
LISY4				0.866
LISY5				0.907
LISY6				0.923
LISY7				0.846
LISY8				0.853
LISY9				0.748

Sumber : Data Diolah Oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa semua *Loading Factor* yang diperoleh untuk masing-masing item bernilai lebih besar dari 0.70 (kecuali SYQ1, LISY3, dan SEQ1), sehingga uji yang dilakukan dinyatakan valid.

**Tabel 2 Average Variance Extracted (AVE)**

	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
--	---

<i>Customer Loyalty</i>	0.861
<i>Customer Satisfaction</i>	0.867
<i>Perceived Value</i>	0.85
<i>Service Quality</i>	0.685
<i>Logistic Information System</i>	0.742

Sumber: Data Diolah Peneliti (2025)

Nilai AVE dari semua konstruk melebihi batas minimal 0.5, dengan nilai tertinggi terdapat pada Customer Satisfaction (0.867) dan terendah pada Service Quality (0.685), sehingga uji yang dilakukan dinyatakan valid.

2) Uji Validitas Diskriminan

Dalam hal ini, nilai HTMT yang diperoleh harus lebih kecil dari 0.90 agar suatu item/variabel dapat dinyatakan memenuhi validitas diskriminan.

**Tabel 3 Validitas Diskriminan - HTMT**

	<i>Customer Loyalty</i>	<i>Customer Satisfaction</i>	<i>Perceived Value</i>	<i>Service Quality</i>	<i>Logistic Information System</i>
<i>Customer Loyalty</i>					
<i>Customer Satisfaction</i>	0.99				
<i>Perceived Value</i>	1.006	1.021			
<i>Service Quality</i>	0.97	0.989	1.002		
<i>Logistic Information System</i>	0.895	0.947	0.937	0.984	

Sumber: Data Diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan pengujian menggunakan metode HTMT (*Heteroit-Monotrait Ratio*), dapat diketahui bahwa sebagian besar pasangan konstruk dalam model penelitian ini tidak memenuhi kriteria validitas diskriminan. Dimana kriteria yang digunakan untuk nilai HTMT harus lebih kecil dari 0,90 agar konstruk tersebut dapat dinyatakan valid secara diskriminan. Namun, dari hasil pengujian menunjukkan bahwa ada beberapa pasangan konstruk yang memiliki nilai HTMT sama dengan atau melebihi 0,90 seperti *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* (0,99), *Perceived Value* dengan *Customer Satisfaction* (1,021), *Service Quality* dengan *Perceived Value* (1,002), dan pasangan konstruk yang nilainya dibawah 0,90 yaitu *Customer Loyalty* dengan *Logistic Information System* (0,895). Hasil uji diskriminan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang berjudul “*A New Criterion For Assessing Discriminant Validity-Based Structural Equation Modeling*” dari (Henseler *et al.*, 2015).

#### 1. Pengaruh Sistem Informasi Logistik Terhadap Kepuasan Pelanggan

Sistem informasi logistik secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan di J&T Express Surabaya Utara, dengan nilai  $P 0,019 \leq 0,05$  dan statistik  $T 2,349 > 1,96$ . Peningkatan aksesibilitas informasi, fitur pelacakan waktu nyata, dan keamanan aplikasi meningkatkan kepuasan pelanggan dengan membuat proses pengiriman lebih terlihat dan efisien. Hal ini meningkatkan efisiensi operasional dan meminimalkan kesalahan pengiriman. Sistem informasi logistik dan kualitas layanan menyumbang 89,6% variasi kepuasan pelanggan ( $R^2 = 0,896$ ). Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh (Sahara dan Romadona, 2024), yang menemukan hubungan signifikan antara sistem informasi logistik dan kepuasan pelanggan di PT XYZ, yang berdampak pada peningkatan efisiensi pengiriman. Studi ini menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi logistik yang baik dapat meningkatkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan keberhasilan operasional perusahaan.

#### 2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas layanan yang cepat, responsif, ramah, dan akurat secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap J&T Express, dengan nilai  $P 0,000$  (sangat signifikan) dan koefisien jalur 0,766 dalam uji analisis jalur. Layanan tepat waktu dan penyelesaian masalah yang cepat adalah variabel penting dalam kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan yang tinggi ini juga tercermin dalam nilai reliabilitas konstruk untuk variabel kualitas layanan, yang memiliki *Cronbach's Alpha* 0,942 dan *Composite Reliability* 0,951, menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik.

Temuan ini mendukung penelitian (Mu'azam *et al.*, 2024), yang menekankan pentingnya kualitas layanan dalam mencapai kepuasan pelanggan di PT Suboka Pratama Trans, khususnya di sektor layanan yang membutuhkan kecepatan dan keandalan tinggi. Dengan demikian, kualitas layanan memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas klien melalui kepuasan yang lebih besar.

#### 3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kepuasan pelanggan memiliki dampak yang besar dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai  $P$  sebesar 0,000 dan nilai  $T$ -statistik sebesar  $4,931 > 1,96$ . Pelanggan yang puas dengan layanan lebih cenderung menggunakannya lagi dan merekomendasikannya kepada orang lain. Kebahagiaan pelanggan dan nilai yang dirasakan menyumbang 94,3% variasi dalam loyalitas ( $R^2=0,943$ ). Kepuasan pelanggan memiliki peringkat keandalan yang sangat tinggi, dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,962 dan keandalan komposit sebesar 0,970. Hasil ini serupa dengan penelitian (Sihaloho, 2024), yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan secara langsung meningkatkan loyalitas dengan menumbuhkan ikatan emosional dan kepercayaan sebagai hasil dari kualitas layanan yang tinggi. Dengan demikian, fokus pada peningkatan kebahagiaan pelanggan adalah strategi yang berhasil untuk mempertahankan klien jangka panjang.

#### 4. Pengaruh Sistem Informasi Logistik Terhadap Loyalitas Pelanggan

Sistem informasi logistik memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (nilai  $P = 0,019$ , statistik  $T = 2,349$ ). Sistem yang jelas dan mudah digunakan membangun kepercayaan konsumen dan memudahkan mereka melacak proses pengiriman hingga selesai, meningkatkan loyalitas mereka terhadap J&T Express. Hal ini juga terlihat pada pengujian reliabilitas variabel sistem informasi logistik, yang menghasilkan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,941 dan *Composite Reliability* sebesar 0,953, menunjukkan bahwa indikator penelitian dapat diandalkan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Deryl Kresna dan Mohammad, 2023) yang menemukan bahwa mengintegrasikan sistem informasi dan meningkatkan kinerja logistik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kemudahan layanan dan efisiensi operasional. Dengan demikian, teknologi informasi memainkan peran penting dalam mengembangkan loyalitas klien di industri logistik.

#### 5. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Menurut hasil uji *path analysis*, kualitas layanan yang baik memiliki dampak positif yang cukup besar terhadap loyalitas pelanggan, berkontribusi sebesar 35,5%. Responsivitas, keramahan, dan pengiriman yang tepat menghasilkan pengalaman hebat yang memperkuat loyalitas. Nilai reliabilitas untuk kualitas layanan dalam variabel loyalitas pelanggan juga cukup tinggi (*Cronbach's Alpha* = 0,942). Temuan ini sejalan dengan temuan penelitian (Maharani & Idris, 2023), yang menyatakan bahwa kualitas layanan yang unggul dapat memperkuat loyalitas pelanggan baik secara langsung maupun melalui mediasi kepuasan, sehingga bisnis harus fokus pada menjaga kualitas layanan untuk mempertahankan pelanggan di tengah persaingan yang ketat.

#### 6. Pengaruh Sistem Informasi Logistik Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Menurut penelitian, kepuasan pelanggan memainkan peran penting dalam memediasi hubungan antara sistem informasi logistik dan loyalitas pelanggan di J&T Express Surabaya Utara. Hasil *path analysis* untuk jalur mediasi ini adalah 24,0%, yang menunjukkan bahwa peningkatan kualitas dan efektivitas sistem informasi logistik dapat secara signifikan meningkatkan kebahagiaan pelanggan, sehingga secara tidak langsung memperkuat loyalitas pelanggan. Sistem informasi yang mudah digunakan, transparan, dan dilengkapi pelacakan waktu nyata sangat berkontribusi dalam memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan, membuat mereka merasa puas dan loyal. Temuan ini sesuai dengan temuan (Tohir *et al.*, 2023) dalam artikel jurnal mereka "Pengaruh Sistem Informasi Manajemen terhadap Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan," yang menyatakan bahwa implementasi sistem informasi yang efektif memang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, mendorong loyalitas jangka panjang. Analisis statistik penelitian ini menunjukkan bahwa variabel mediasi kepuasan pelanggan memiliki dampak signifikan terhadap pengaruh sistem informasi logistik terhadap loyalitas, dengan nilai  $P < 0,05$  dan analisis jalur yang valid.

#### 7. Pengaruh Kualitas Layanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kepuasan pelanggan juga terbukti menjadi elemen mediasi penting yang meningkatkan hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan terhadap J&T Express. Nilai *path analysis* untuk mediasi ini adalah 33,8%, yang menunjukkan bahwa memberikan layanan yang cepat, responsif, ramah, dan akurat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Kebahagiaan ini kemudian berfungsi sebagai jembatan, mendorong klien untuk tetap setia pada layanan J&T Express meskipun ada persaingan ketat di pasar logistik. Temuan ini mendukung penelitian Septyarani dan (Septyarani dan Nurhadi, 2023), "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan," yang menunjukkan bahwa kepuasan, sebagai variabel mediasi, dapat meningkatkan hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan. Analisis jalur dalam penelitian ini menemukan jalur mediasi yang signifikan dengan nilai  $P < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan harus dikombinasikan dengan upaya untuk meningkatkan kebahagiaan pelanggan guna menumbuhkan loyalitas jangka panjang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arisanti, D., dan Cahyani, L. N. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan, Harapan Pelanggan, dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 42–54.
- Budiman, T. (2022). Pengaruh E-Logistics Dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Dagangan Mall. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 169–178.
- Deryl Kresna, N., dan Mohammad, M. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Dan Kinerja Logistik Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 6(2), 51–56.  
<https://doi.org/10.26533/jmd.v6i2.1191>
- Hariro, M., Husnan, L. H., dan Mulyono, L. E. H. (2022). Pengaruh Relationship Marketing Pada Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pasca Covid 19. *JPIn: Jurnal Pendidik Indonesia*, 5(2), 315–327.
- Hasibuan, D. P., Bangun, B., dan Sihombing, V. (2025). Pengaruh Implementasi Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Industri Jasa. *Jurnal Sistem Informasi, Teknik Informatika Dan Teknologi Pendidikan*, 4(2), 60–63.
- Havidz, I. L. H., Rahmansyah, N., Wiratih, H. W. R., dan Havidz, H. B. H. (2022). The Determinants

Factors of Customer Loyalty with Customer Satisfaction as the Mediating Role: A Case Study of J&T Express Service in JABODETABEK. *Logistik Indonesia*, 6(2), 116–124.

Henseler, J., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115–135.

Hidayana, A., dan Nuryanto. (2021). Aplikasi Sistem Informasi Logistik Dalam Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa Trucking Pada Rekanan PT. Samudera Bandar Logistik Jakarta. *Majalah Ilmiah Matirim*, 23, 32–38.

Ighomereho, S. O., Ojo, A. A., Omoyele, S. O., dan Olabode, S. O. (2022). From Service Quality To E-Service Quality: Measurement, Dimensions And Model. *ArXiv Preprint ArXiv:2205.00055*.

Imam Ghozali, K. A. K. (2023). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 4.0 untuk Penelitian Empiris*. Yoga Pratama.

Islamiyah, A. N., Bisma, M. A., dan Leonidas S, D. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Logistik Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi di PT. Trans Nusantara Logistik). *Journal Of Social Science Research*, 3(4), 5409–5419.

Joseph, F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2022). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications, Incorporated.

Kresna, N. D., dan Mohammad, M. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Dan Kinerja Logistik Terhadap Kepuasan Pelanggan. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 6(2), 51–56.

Kristanto, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen, Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A Karsan Bandung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 13–22.

Lei, Z., Duan, H., Zhang, L., Ergu, D., dan Liu, F. (2022). The Main Influencing Factors Of Customer Satisfaction And Loyalty In City Express Delivery. *Frontiers in Psychology*, 13(October), 1–9.

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1044032>

Maharani, N. R., dan Idris, I. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap

Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelangga Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Nasabah Bank BCA di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 12(4).

Malki, D., Bellahcene, M., Latreche, H., Terbeche, M., dan Chroqui, R. (2024). How Social CRM And Customer Satisfaction Affect Customer Loyalty. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 28(4), 465–480.

Miryanda, A., dan Dewi, A. F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Medan Marelan). *MAKBIS (Mahkota Bisnis)*, 2(1).

Mu'azam, E. S. N., Mudayat, Kristiawati, I., dan Widyawati, N. (2024). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Suboka Pratama Trans. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS)*, 01(01), 1–17.

Nugraha, P. S., dan Nisa, P. C. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Niat Beli Konsumen Di Starbuck. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 24(1), 75–89.

Prasetya, S. G., Maria, M., dan Maria, M. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Layanan Logistik J&T Express Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 129–136. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.1565>

Putra, I. K. A. M., Wimba, I. G. A., dan Susanti, P. H. (2023). Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Industri Percetakan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 12(1).

Sahara, S., dan Romadona, F. A. (2024). Pengaruh Sistem Informasi Logistik Terhadap Efisiensi Pengiriman Barang (Studi Kasus Pada PT XYZ). *Public Service And Governance Journal*, 5(1), 5–15.

Sarstedt, M., Ringle, C. M., dan Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of market research* (pp. 587–632). Springer. [https://www.researchgate.net/profile/Marko-Sarstedt/publication/353452600\\_Partial\\_Least\\_Squares\\_Structural\\_Equation\\_Modeling/links/60ff25611e](https://www.researchgate.net/profile/Marko-Sarstedt/publication/353452600_Partial_Least_Squares_Structural_Equation_Modeling/links/60ff25611e)

95fe241a8e6e4c/Partial-Least-Squares-Structural-Equation-Modeling.pdf

Sekaran, U., dan Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons. <https://smartnet.niua.org/sites/default/files/webform/ai-strategy/pdf-research-methods-for-business-a-skill-building-approach-uma-sekaran-roger-bougie-pdf-download-free-book-a739865.pdf>

Septyarani, T. A., dan Nurhadi, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7(2), 218–227.

Sihaloho, R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Yang Dirasakan Pelanggan, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat (COMSERVA)*, 4(6), 1–16.

Simpony, B. K., Rizaldy, S. I. P., Suleman, S., dan Widodo, P. (2022). Sistem Informasi Logistik Menggunakan Metode Prototype. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 10(2), 90–98.

Sri Febri Mayona, dan Sunaryo, N. (2024). Perancangan Sistem Informasi Logistik Pada PT. Sembilan Cipta Karya. *JEKIN - Jurnal Teknik Informatika*, 4(2), 107–119. <https://doi.org/10.58794/jekin.v4i2.707>

Sudrajat, A., Hertina, D., dan Dyahrini, W. (2024). Sistem Logistik Di Indonesia: Tinjauan Kelembagaan Dan Sistem Informasi. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 7(2), 283–297. <https://doi.org/10.37481/sjr.v7i2.827>

Sugiyono, P. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Suwito, C. B., Arisanti, D., Soedarmanto, dan Widyawati, N. (2024). Analisa Sistem Informasi Centra Pada Manajemen PT. Berkah Industri Mesin Angkat. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS)*, 01(01).

Tohir, M., Primadi, A., Tria, D., dan Napitu, D. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen, Pada Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. 1(4), 2023.

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Yudhanto, B., Waloejo, H. D., dan Farida, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Susuku



Café Ungaran). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 142–150.

<https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34203>

Zebua, M., Suhalis, A., Raga, P., Sonny, I., dan Majid, S. A. (2023). Sistem Informasi Manajemen dan Loyalitas Pengguna Jasa pada Industri Maritim di Indonesia. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, 10(3), 227–238.

<https://journal.itltrisakti.ac.id/index.php/jmtranslog/article/view/1136/pdf>