

PENGARUH PELAYANAN CUSTOMER SERVICE DIGITAL DAN TRACKING SYSTEM TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT SINAR MATAHARI EXPRESS

Amelia Hoerunnisya

Program Studi Manajemen Sumber Daya Manusia, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

Korespondensi: ameliahoeunnisya29@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menguji pengaruh Customer Service (CS) digital dan Tracking System (TS) terhadap kepuasan pelanggan PT Sinar Matahari Express. Metode kuantitatif digunakan dengan survei terhadap 100 pelanggan aktif di Jabodetabek dan analisis regresi linier berganda. Instrumen diukur dengan skala Likert 1-5, dinyatakan valid ($r_{\text{item-total}} \geq 0,30$; $p < 0,05$) dan reliabel ($\alpha_{\text{CS}} = 0,839$; $\alpha_{\text{TS}} = 0,843$; $\alpha_{\text{KP}} = 0,840$). Hasil menunjukkan CS berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan ($\beta = 0,5851$; $p < 0,001$) dan TS juga berpengaruh positif signifikan ($\beta = 0,1547$; $p < 0,05$). Secara simultan, kedua prediktor menjelaskan 56,86% variasi kepuasan ($R^2 = 0,5686$; $F_{\text{hit}} = 63,92$). Implikasinya, peningkatan responsivitas, empati, dan solutivitas CS yang dipadukan dengan pelacakan akurat dan pembaruan real-time menjadi prioritas untuk mengangkat pengalaman pelanggan.

Kata Kunci

Customer Service Digital; Tracking System; Kepuasan Pelanggan; Regresi Linier Berganda; Logistik Digital

Abstract

This study examines the effect of digital Customer Service (CS) and Tracking System (TS) on customer satisfaction at PT Sinar Matahari Express. A quantitative survey of 100 active customers in Jabodetabek was analyzed using multiple linear regression. The Likert-based instruments were valid ($r_{\text{item-total}} \geq 0.30$; $p < 0.05$) and reliable ($\alpha_{\text{CS}} = 0.839$; $\alpha_{\text{TS}} = 0.843$; $\alpha_{\text{KP}} = 0.840$). Results show that CS has a significant positive effect on satisfaction ($\beta = 0.5851$; $p < 0.001$) and TS also has a significant positive effect ($\beta = 0.1547$; $p < 0.05$). Jointly, both predictors account for 56.86% of the variance in satisfaction ($R^2 = 0.5686$; $F = 63.92$). Managerially, enhancing responsiveness, empathy, and problem resolution in CS alongside accurate and real-time parcel tracking is essential to lift the customer experience.

Keywords

Digital Customer Service; Tracking System; Customer Satisfaction; Multiple Linear Regression; E-logistics

Article history

Received: Oktober 2025

Reviewed: Oktober 2025

Published: Oktober 2025

Plagirism checker no 1185

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. PENDAHULUAN

Persaingan industri logistik digital menuntut layanan yang responsif dan transparan. Dalam konteks ini, CS digital (chatbot/live chat) dan TS (pelacakan berbasis GPS yang real-time) menjadi dua pilar yang membentuk pengalaman pelanggan. Konseptualisasi mengacu pada SERVQUAL 4.0 (responsiveness, empathy, solutiveness), TAM 3.0 (perceived usefulness & ease

of use), dan Expectation-Confirmation Theory (ECT) yang menekankan konfirmasi antara ekspektasi dan kinerja aktual. Penelitian ini menyediakan bukti empiris berbasis data pelanggan PT Sinar Matahari Express untuk menguji pengaruh CS dan TS terhadap kepuasan serta besaran kontribusinya.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Kualitas CS digital memengaruhi persepsi nilai dan kepuasan melalui kecepatan respon, kejelasan informasi, sikap profesional, dan penyelesaian masalah (First Contact Resolution/FCR). Pada sisi TS, akurasi posisi, konsistensi pembaruan status, dan kemudahan akses meningkatkan kontrol dan kepercayaan pelanggan. Dengan demikian, hipotesis yang diuji: H1—CS digital berpengaruh positif terhadap kepuasan; H2—TS berpengaruh positif terhadap kepuasan; H3—CS dan TS secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

3. METODE PENELITIAN

Desain: kuantitatif eksplanatori; Sampel: 100 pelanggan aktif (Stratified Random Sampling) di wilayah Jabodetabek; Instrumen: 3 konstruk (CS, TS, KP) masing-masing 10 butir Likert 1-5. Validitas item dievaluasi dengan korelasi item-total (semua $r \geq 0,30$; $p < 0,05$) dan reliabilitas dengan Cronbach's Alpha (CS=0,839; TS=0,843; KP=0,840). Analisis menggunakan regresi linier berganda setelah uji asumsi klasik terpenuhi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskriptif Responden

Tabel 1. Distribusi Usia Responden

	Jumlah	Persentase (%)
<20	10	10.0
20-29	67	67.0
30-39	19	19.0
≥ 40	4	4.0

Tabel 1. Distribusi Usia Responden (n=100)

Tabel 2. Distribusi Jenis Kelamin

	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	50	50.0
Perempuan	50	50.0

Tabel 2. Distribusi Jenis Kelamin

Tabel 3. Frekuensi Penggunaan Layanan

	Jumlah	Persentase (%)
1-3 kali	24	24.0
4-6 kali	51	51.0

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 24 No. 10 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Konstruk	Cronbach's Alpha	Kriteria
Customer Service (CS)	0.839	Tinggi ($\geq 0,80$)
Tracking System (TS)	0.843	Tinggi ($\geq 0,80$)
Kepuasan Pelanggan (KP)	0.840	Tinggi ($\geq 0,80$)

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

4.4 Hasil Regresi Linier Berganda

Prediktor	Koefisien (β)	p-value
Customer Service (X1)	0.5851	<0,001
Tracking System (X2)	0.1547	<0,05
—	—	—
R^2	0.5686	
Adjusted R^2	0.5597	
F-statistic	63.92	<0,001

Tabel 8. Ringkasan Hasil Regresi

Kontribusi CS ($\beta=0,5851$) lebih besar daripada TS ($\beta=0,1547$), menandakan bahwa interaksi layanan—kecepatan respon, empati, kejelasan, dan solutivitas—lebih dominan dalam membentuk kepuasan pada konteks ini. Namun TS tetap krusial karena menyediakan transparansi status kiriman dan menurunkan ketidakpastian pelanggan. Hasil selaras dengan kerangka SERVQUAL 4.0, TAM 3.0, dan ECT yang menekankan kualitas interaksi dan kualitas informasi sebagai pendorong konfirmasi ekspektasi.

5. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

CS digital dan TS berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan, dengan pengaruh CS lebih dominan. Implikasi manajerial: (1) targetkan SLA respon live chat <5 menit dan tingkatkan FCR; (2) perkuat akurasi GPS dan frekuensi pembaruan status (≤ 15 menit); (3) integrasikan data CS-TS untuk pengalaman real-time yang konsisten.

Keterbatasan dan Riset Lanjutan

Generalisasi terbatas pada satu perusahaan dan wilayah. Variabel dependen berfokus pada kepuasan transaksional; loyalitas belum diuji. Riset berikut dapat memperluas sampel lintas perusahaan, memasukkan variabel mediasi/moderasi, dan memanfaatkan data log sistem yang objektif.

DAFTAR PUSTAKA

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2023). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

Oliver, R. L. (2020). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer (Revised ed.).

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020). SERVQUAL 4.0—Rethinking service quality in digital contexts.

Venkatesh, V. (2021). Technology Acceptance Model 3.0 and the role of digital experience.

Zhao, X., Gao, L., & Huang, Z. (2023). Customer satisfaction evaluation based on online reviews and PROMETHEE-II.