MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

PENDEKATAN MANAJEMEN LAYANAN TERINTEGRASI UNTUK MENINGKATKAN KINERJA AUTO EXPRESS

Rayi Retno Dwi Asih[1], Audina Kencanasari[2], Ulfa Tussaadah[3], Viktoria Mistika Animus[4]
Universitas Trisakti, Indonesia
rayi@std.trisakti.ac.id[1] , 022002301045@std.ttrisakti.ac.id[2],
022002301065@std.ttrisakti.ac.id[3] , 022002101223@std.trisakti.ac.id[4]

Abstract
This study is oriented in order to examine the failure, quality, innovation and service recovery to manage auto express services in formulating company optimization tactics by reviewing various indicators as they impact customer satisfaction as well as being an analysis that confirms the crucial of innovation and competitive advantage. The results or findings of the study prove that service quality optimization needs to be carried out continuously in order to strengthen customer experience and its implications and this study provides a basis for formulating company optimization tactics by reviewing various indicators as they impact customer satisfaction as well as being an analysis that confirms the crucial of innovation and competitive advantage with operational strategies to be more efficient in optimizing these three aspects.
Keywords: service quality; service failure; service recovery; service innovation.

Abstrak
Studi ini berorientasi dalam rangka menelaah kegagalan, kualitas, inovasi serta memulihkan layanan untuk mengelola pelayanan auto express dalam memformulasikan taktik optimalisasi perusahaan dengan peninjauan berbagai indikator sebagaimana berdampak pada kepuasan pelanggan sekaligus menjadi analisa yang menegaskan krusialitas inovasi serta keunggulan yang berdaya saing. Hasil atau perolehan penelitian membuktikan di mana optimalisasi kualitas pelayanan perlu diselenggarakan secara berlanjut demi menguatkan pengalaman pelanggan dan implikasinya serta studi ini memberi landasan untuk formulasi taktik optimalisasi perusahaan dengan peninjauan berbagai indikator sebagaimana berdampak pada kepuasan pelanggan sekaligus menjadi analisa yang menegaskan krusialitas inovasi serta keunggulan yang berdaya saing dengan strategi operasional agar semakin efisien dalam mengoptimalkan ketiga aspek tersebut.
Kata Kunci: ***Kualitas Layanan, Kegagalan Layanan, Pemulihan Layanan, Inovasi layanan.***

Article history
Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

Plagirism checker no 80
Doi : prefix doi : 10.8734/musytari.v1i2.365
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

1. Pendahuluan

Lanskap usaha logistik di tanah air tengah mengalami akselerasi yang mencolok, sejalan dengan melonjaknya arus niaga serta pelebaran ekosistem perdagangan digital, sehingga publik pengguna jasa semakin mendambakan sistem pengantaran yang cekatan, terlindungi, dan konsisten. Temuan Hasdiansa dan Hasbiah (2025) mengisyaratkan bahwa unsur-unsur mutu layanan meliputi keterandalan operasional, ketanggapan penyedia jasa, serta kepekaan emosional terhadap pelanggan menyumbang dampak positif yang bermakna terhadap tingkat kepuasan konsumen pada segmen logistik tahap akhir. Sejalan dengan itu, Handoyo dan kolega (2025) mengungkap adanya tautan yang erat antara mutu pelayanan logistik dan rasa puas

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

pelanggan dalam industri kurir nasional. Di sisi lain, karakteristik demografis terbukti mampu memperkuat maupun memperlemah relasi tersebut, khususnya pada layanan perdagangan cepat, sehingga mempertegas urgensi pemahaman kontekstual atas keragaman pasar dan latar sosial konsumen (Savitri et al., 2025).

Walaupun begitu, administrasi yang keliru serta pasar dengan permintaan tinggi menghadirkan aspek yang rawan akan kegagalan layaknya kwaktu yang molor serta Saprudin et al (2025) membuktikkan dimana kegagalan seperti itu mempunyai dampak substansual bagi pemakai shopee Xpress oleh pulihnya usaha yang diselenggarakan dengan hikmat dan potensial mendatangkan paradoks dalam memulihkan layanan begitpun relevansi lainnya mengoptimalkan dimana layanan pulih sebagai dampak tatanan pemulihan sebagaimana tak bisa dipisahkan rancangan operasionalnya.

Selain aspek itu, studi ini berorientasi dalam rangka menelaah kegagalan, kualitas, inovasi serta memulihkan layanan untuk mengelola pelayanan auto express dalam memformulasikan taktik optimalisasi perusahaan dengan peninjauan berbagai indikator sebagaimana berdampak pada kepuasan pelanggan sekaligus menjadi analisa yang menegaskan krusialitas inovasi serta keunggulan yang berdaya saing. Blommerde (2023) memaparkan dimana kapabilitas untuk terus berinovasi menjadi faktor kunci untuk mengukuhkan keunggulan bersaing suatu layanan, termasuk pada sektor logistik dan pengelolaan jasa. Relevansi lainnya, Sun dan rekan-rekannya (2025) menegaskan bahwa konstruksi inovasi hijau pada jaringan logistik perlu diperkuat agar kontinuitas lingkungan dapat terpelihara, tanpa meminimalisir efisiensi dan kinerja operasional mekanisme tatanan logistik modern.

Dengan demikian, kajian detail dalam mutu serta inovasi dan pemulihan layanan sangat berguna besar dalam menguraikan berbagai indikator dominasi yang berdampak bagi kinerja dan tampilan perusahaan. Dengan adanya berbagai titik yang dipetakan tersebut serta pelayanannya atas penilaian kesesuaian langkah preventif serta korektif hingga strateginya yang inovatif mendesain rancangan jangka panjang. Eksistensi pendekatannya diarahkan tidak semata mata mendorong kepuasan serta kesetiaan saja tetapi juga kedudukan berdaya saing di AutoExpress.

2. Metodologi Penelitian

Kajian tentang determinasi ini menelaah penafsiran para karyawan Auto Expressa. Sebuah teori yang menjadi landasan ialah teori Slow Swan sebagaimana mengutamakan model fisik, teknologi hingga sumber daya manusia yang dinilai sebagai sebuah wujud akumulasi atau jumlah modal eksternal dadali mana bisa meningkatkan memasukkan devisa teori ini juga sekaligus memaparkan bagaimana adanya aliran devisa bisa berdampak pada peningkatan produktivitas di kancah nasional serta mengoptimalkan konvergensi dalam hal pertumbuhan pelayanan dari segi pemulihan, inovasi serta kegagalan yang dialami dalam sehari-hari.

Populasi yakni subjek penelitian secara menyeluruh. Creswell mengatakan bahwa populasi ialah daerah generalisasi yang mencakup subjek atau objek dengan mutu serta karakteristik yang sudah ditetapkan peneliti untuk dikaji serta diambil kesimpulannya. Sampel merupakan sebagian dari subjek pada populasi yang ditelaah yang mana dari segitiga berkesentatif bisa mewakili populasi dan melalui definisi tersebut bisa dimaknai bahwa maksud dari sampel adalah suatu penelitian ataupun subjek penelitian yang diambil melalui populasi sebagai wakil di mana totalnya diselenggarakan terhadap keperluan serta kehendak peneliti diikuti oleh kriteria yang mewakilkan populasi. Pada teknik pengambilan sampel digunakan *nonprobability sampling*, probabilitas atau peluang dalam terpilihnya anggota pada sebuah populasi dalam menjadi bagian atas sampel yang bersifat umum maupun tidak terbuka serta tak mampu diukur dengan objektif. Adapun secara lebih rinci, jenis teknik non probability sampling yang dipakai ialah teknik purposive sampling. Teknik ini dilaksanakan saat peneliti dengan selektif menentukan unsur sesuai dengan sifat tertentu yang dinilai penting bagi penelitian. Teknik ini dipakai saat peneliti memahami secara kuat terkait populasi maupun ingin

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

difokuskan terhadap kelompok tertentu yang memiliki pemahaman melalui wawancara mendalam dengan bentuk semi-terstruktur yang dilaksanakan di kantor Auto Express wilayah Jakarta Utara.

Kredibilitas melalui pengumpulan data subjektif dan lengkap dimana kredibilitas data dari hasil penelitian kualitatif dilaksanakan lewat observasi yang diperpanjang, ketekunan penelitian yang ditingkatkan, triangulasi dengan teman serta analisis kasus negatif dan membercheck (Sugiyono, 2007). Peneliti melaksanakan penelitian berdasarkan aspek rehabilitas yang diikuti oleh pelaksanaan member c yakni mengembalikan terhadap partisipan terkait transfer interview pada informan di AutoExpress ataupun kisi-kisi dari tema yang hendak diungkapkan secara signifikan dan mengizinkan partisipan apabila ingin merubah menambah ataupun mengurangi data.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Mutu Layanan dalam Tata Kelola Pelayanan Auto Express

Perolehan galian data yang diusung dengan wawancaramendalam oleh komponen internal AutoExpress membutktikan eksistensi kelembagaan yang sungguh-sungguh memelihara kualitas pelayanan lewat mekanisme kerja secara tertanam dan berjalan optimal. Pada lanskap usaha logistik di tanah air tengah mengalami akselerasi yang mencolok, sejalan dengan melonjaknya arus niaga serta pelebaran ekosistem perdagangan digital, sehingga publik pengguna jasa semakin mendambakan sistem pengantaran yang cekatan, terlindungi, dan konsisten. Sehingga Auto Express memosisikan mutu layanan menjadi sandaran utama operasional perusahaan, yang baik lewat beberapa aspek berikut.

3.1.1 (Reliability)

Prioritas Auto Express menekankan kepemilikan memadai diawali oleh saat barang dijemput hingga penagntaran sekaligus mengapikasikan sistem tracking yang real time sehingga menciptakanm kondisi dimana logistik ini sudah mencukupi jaminan dala hal kenyamanan sekaligus keamanan sebagau sorotan pokok pada pengembangan kepercayaan dari pelanggan atas pemberian layanan terbaik dalam hal jalur distribusi Autoexpress.

3.1.2 Convenience atau Akses Layanan

Layanan responsivitas dalam media sosial untuk berkomunikais misalnya melalui WA dan telepon biasa menerapkan sistem responsivitas yang gesit cepat dan informatif begitpun baik dalam hal menjelaskan tarif maupun sistem pelacakan barang. Hasil perolehan tersebut menunjukkan fasilitas layanan tanpa pengenaan biaya di daerah tertentu dan mememnuhi kriteria cepat tanggap dalam hal pelayanan serta penjaminan layanan yang sangat praktis sebagaimana ditunjukkan melalui hasil studi Ramadhani et al (2025) dimana aksesibilitas yang terjangkau sangat berperan krusial bagi optimalisasi kepuasan konsumen.

1.3 Layanan Pengemasan Profesional

Penyediaan beberapa solusi pengemasan dimulai oleh kelengkapan bubble, karung dan kardus untuk pengemasan dan tindakan barang rusak yang tentang. Eksistensi refleksi bukti fisik asli serta pelayanan yang mana fasilitas kesiapan mekanisme pengemasan yang

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

aman terhadap konsumen. Hasilnua relevan pada Sovia (2024) menekankan mutu dukungan logistik berkontribusi penting dalam meminimalisir risiko rusak.

3.1.4 Solusi Logistik Terpadu (End-to-End Logistics)

Dengan adanya 3PL serta pengisian Autoexpress dalam hal barang yang disimpan, pengemasan serta manajemen persediaan sampai pelanggan akhir dengan sifat pelayanan sesuai dengan pola yang holistik serta menyesuaikan keperluan konsumen secara operasional terkhusus pelaku UMKM serta e-commerce. Sesuai studi dari Nasrudin (2024) dimana ada dampak baik dari integrasi teknologi logistik pada hubungan kontinyu terhadap konsumen.

3.2 Inovasi Layanan pada Auto Express

Ide kebaruan konsumen ialah komponen krusial demi daya saing perusahaan saat pegerakan keperluan pasra bergerak diimutioleh kebaharuan pelayanan sebagai wujud implementasi AutoExpress mencakup dimensi-dimensi yakni:

3.2.1 Sistem Pelacakan dan Digitalisasi Operasional

Sistem pelacakan melalui perangkat GPS menjadi solusi dan sistem demi buka transparansi serta kontaminalitas untuk sekuritas operasional yang secara hukum oleh konsumen sebagai pelengkap dari Armada dan menggunakan keyakinan akan menjadi sebuah pengiriman serta ilmu pengetahuan adalah studi dari Nasrudin (2025) yang mengutarakan dimana titik-titik undang-undang terkait diterapkan maka akan berdampak pada optimalisasi pembelajaran logistik.

3.2.2 Layanan Fulfillment dan 3PL

Lewat adanya 3PL serta pengisian Autoexpress dalam hal barang yang disimpan, pengemasan serta manajemen persediaan sampai pelanggan akhir dengan sifat pelayanan sesuai dengan pola yang holistik serta menyesuaikan keperluan konsumen secara operasional terkhusus pelaku UMKM serta e-commerce. Sesuai studi dari Nasrudin (2024) dimana ada dampak baik dari integrasi teknologi logistik pada hubungan kontinyu terhadap konsumen.

3.2.3 Pengiriman Multimoda

Auto Express memberikan tawaran pengiriman dengan moda yang beragam dan Autoexpress dalam hal barang yang dikirim, pengemasan serta manajemen persediaan sampai pelanggan akhir dengan sifat pelayanan sesuai dengan pola yang holistik serta menyesuaikan keperluan konsumen secara operasional terkhusus pelaku UMKM serta e-commerce. Sesuai studi dari Nasrudin (2024) dimana ada dampak baik dari integrasi teknologi logistik pada hubungan kontinyu terhadap konsumen.

3.2.4 Penjemputan Barang Tanpa Biaya

Pelayanan gratis dalam hal penjemputan barang menguatkan promosi dan meningkatkan kepercayaan konsumen yang juga membuat pengalaman layanan akan semakin luwes, hal ini menjadi inovasi membuat konsumen menjadi lebih baik(Sovia Pramudita, 2024).

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

Eksistensi fasilitas ini, Auto Express sukses membangun layanan berbeda dari kompetitor dan waktu yang terbatas serta biaya maupun logistik yang kompleks bisa diatas.

3.3 Kegagalan Layanan (Service Failure)

Kegagalan dalam hal layanan ini memang sering dan potensial terjadi terutama saat distribusi dilakukan sehingga potensi kegagalan service perlu dikelola sesuai solusi dan pencegahan dibawah ini.

3.3.1 Kerusakan Barang

Risiko barang yang rusak sesuai relevansi studi pengutaraan dari (Saprudin et al., 2025) mengutarakan dimana barang yang rusak ialah wujud kegagalan yang sangat berdampak secara langsung maupun tak langsung bagi pegawai terlebih perihal responsibilitas serta performa perusahaan.

3.3.2 Keterlambatan Distribusi

Kekeliruan dalam input data serta overloading saat pengiriman ialah masalah lumrah yang tetap perlu penanganan dini serta perlu informasi lengkap untuk diberitahykan pada konsumen sesuai paparan Saprudin et al. (2025) mengutarakan bahwa ketepatan waktu sangatlah berguna dan bisa berdampak besar bagi kekhawatiran pelanggan.

3.3.3 Kehilangan Kiriman

Barang hilang saat pengiriman adalah persoalan krusial yang awam terjadi sehingga pengawasan dan update serta pengecekan barang perlu dioptimalkan kualitas dan konsistensinya sesuai relevansi studi oleh Saprudin et al. (2025).

3.3.4 Ketidaktepatan Kubikasi dan Penimbangan

Kekeliruan saat menghitung berat beban paket akan membuat konsumen menjadi emosional dan merasa dirugikan sehingga akurasi dalam perhitungan dan dampak buruk perlu diminimalisir saat transparansi dalam hal pelayanan serta penentuan harga dilakukan..

3.3.5 Distorsi Informasi

Informasi tak jelas dalam hal penjemputan dan update status pengiriman menjadi persoalan umum yang mem utuhkan integrasi dalam hal sistemik..

3.4 Pemulihan Layanan (Service Recovery)

Perolehan studi membuktikkan hal ini sudah disiapkan dalam AutoExprwss sebagai pemulihan imbasi dari kegagalan.

3.4.1 Asuransi Pengiriman

Asuransi disiapkan untuk barang bernilai dalam meminimalisir atau menangani barang rusak maupun hilang dan konsep ini sangat krusial dapat membangun kembali

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 1 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

transparansi dan keyakan pelanggan untuk menekankan pandangan risiko (Firdaus et al., 2025).

3.4.2 Layanan Pelanggan Responsif

Keberadaan berbagai kanal komunikasi memungkinkan perusahaan merespons keluhan secara cepat dan jelas. Responsivitas ini menjadi kunci dalam menjaga kepuasan pelanggan pasca kegagalan layanan.

3.4.3 Klarifikasi Pengukuran

Eksistensi bukti dalam mengukur masalah kubikasi dan penguatan pandangan profesionalitas dalam pelayanan menjunjung akuntabilitas serta transparansi dalam penerapannya.

3.4.4 Penanganan Klaim

Mekanisme klaim tak semata-mata membereskan masalah saja namun juga membuat hubungan dengan pelanggan menjadi berkleanjutan dan dilakukan bertahap dimulai pelaporan sampai kompensasi dalam hal alternatif.

3.5 Evaluasi Pelaksanaan Pengelolaan Layanan

Umumnya AutoExpress sudah mengaplijasikan manajemen pelayanan dalam menopang alur kerja serta dukungan dalam hal penerapan teknologi terkhusus dalam dimsni digitalisasi misalnya istem responsivitas yang gesit cepat dan informatif begitpun baik dalam hal menjelaskan tarif maupun sistem pelacakan barang. Hasil perolehan tersebut menunjukkan fasilitas layanan tanpa pengenaan biaya di daerah tertentu dan mememnuhi kriteria cepat tanggap dalam hal pelayanan serta penjaminan layanan yang sangat praktis

3.6 Rekomendasi Strategi Peningkatan Kinerja Auto Express

Berdasarkan hasil kajian, peningkatan kinerja Auto Express perlu diarahkan bagi kontribusi utama penelitian ini terletak pada penegasan bahwa kinerja layanan logistik tidak hanya bergantung pada kemampuan operasional semata, tetapi juga pada kemampuan organisasi dalam merespons kegagalan secara adaptif, menjalankan pemulihan layanan secara sistematis, serta mengembangkan inovasi layanan secara berkelanjutan melalui pendekatan yang terpadu.

5.Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa tata kelola pelayanan yang diterapkan oleh Auto Express, yang mencakup kualitas layanan, dinamika kegagalan layanan, strategi pemulihan, serta upaya pembaruan layanan, secara umum telah menunjukkan kinerja yang cukup baik dan sejalan dengan prinsip-prinsip manajemen layanan dan logistik modern. Temuan ini selaras dengan berbagai kajian terdahulu yang menempatkan ketahanan proses kerja, kemudahan akses layanan, serta dukungan teknologi sebagai faktor penting dalam membentuk persepsi kualitas pelayanan. Meski demikian, penelitian ini juga menemukan adanya sejumlah kelemahan operasional, seperti keterlambatan pengiriman, kerusakan barang, ketidaktepatan perhitungan kubikasi, dan keterbatasan transparansi informasi, yang berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

Selanjutnya, hasil penelitian ini memperkuat pandangan teoretis bahwa respons pemulihan layanan yang cepat, terbuka, dan proporsional memegang peranan penting dalam memulihkan kepercayaan serta menjaga kepuasan pelanggan ketika terjadi gangguan layanan. Di sisi lain, studi ini menunjukkan bahwa inovasi layanan, khususnya yang berbasis digital dan terintegrasi, masih belum berkembang secara optimal dan memerlukan upaya pengembangan yang berkelanjutan agar mampu meningkatkan nilai tambah sekaligus daya saing perusahaan. Oleh karena itu, kontribusi utama penelitian ini terletak pada penegasan bahwa kinerja layanan logistik tidak hanya bergantung pada kemampuan operasional semata, tetapi juga pada kemampuan organisasi dalam merespons kegagalan secara adaptif, menjalankan pemulihan layanan secara sistematis, serta mengembangkan inovasi layanan secara berkelanjutan melalui pendekatan yang terpadu.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Ahmad, M., & Wilkins, S. (2025). *Purposive sampling in qualitative research: a framework for the entire journey*. *Quality & Quantity: International Journal of Methodology*, 59(2), 1461–1479. https://doi.org/10.1007/s11135-024-02022-5

[2] Arias Valencia, M. M. (2023). *Principles, Scope, and Limitations of the Methodological Triangulation*. *Investigación y Educación en Enfermería*, 40(2) https://revistas.udea.edu.co/index.php/iee/article/view/350172/20808452

[3] Blommerde, T. (2023). *Service Innovation Capability: A Systematic Literature Review*. Journal of Services Marketing. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02642069.2023.2249830

[4] Firdaus, I., Iqbal, M., Lesmini, L., Izaghi, A., & Astuti, F. W. (2025). *The effect of service quality, service recovery, and brand image on ridership loyalty mediated by rider satisfaction*. Malaysian Journal of Computing, 8(1). https://journal.uitm.edu.my/ojs/index.php/MJoC/article/view/7235

[5] Handoyo, A. F., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2025). *Logistic Service Quality and Customer Satisfaction in Indonesian Courier Service*. Proceedings of the 9th GCBME. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-817-2_25

[6] Hasdiansa, I. W., & Hasbiah, S. (2025). *Service Quality and Customer Satisfaction in Last Mile Logistics*. Fundamental and Applied Management Journal. https://journal.lontaradigitech.com/index.php/FAMJ

[7] Lim, W. M. (2025). *What Is Qualitative Research? An Overview and Guidelines*. SAGE Journals. https://doi.org/10.1177/14413582241264619

[8] Lim, W. M., Saha, V., & Das, M. (2025). *From Service Failure to Brand Loyalty: Evidence of Service Recovery Paradox*. Journal of Brand Management. https://doi.org/10.1057/s41262-025-00380-5

[9] Nasrudin, M. F., Purnomo, A., & Lestiani, M. E. (2025). *Unraveling the dynamics between advanced technology, logistics customer service, and logistics performance to boost customer retention: Evidence from Shopee Express*. Journal of Consumer Sciences, 10(2), 343–375. https://www.researchgate.net/publication/394139238_Unraveling_the_Dynamics_Between_Advanced_Technology_Logistics_Customer_Service_and_Logistics_Performance_to_Boost_Customer_Retention_Evidence_from_Shopee_Express

[10] Pramudita, A. S. (2024). *Pengukuran kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada industri logistik*. Jurnal Logistik Bisnis, 10(1). https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/logistik/article/view/691

[11] Ramadhani, A., Santosa, W., & Dewayana, T. S. (2025). *Pengaruh nilai logistik, kualitas layanan logistik, dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan dan retensi pelanggan Generasi-Z*. Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 14(3). https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/48767

[12] Saprudin, A. Z., Rahman, A. Z., & Komaro, M. (2025). *Dampak Kegagalan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Xpress*. JUTIN. https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jutin

[13] Saprudin, A. Z., Rahman, A. Z., & Komaro, M. (2025). *Dampak kegagalan layanan terhadap minat beli ulang dan kepuasan pelanggan Shopee Xpress Bandung Raya*. JUTIN (Jurnal Teknik Industri Terintegrasi), 8(4). https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jutin/article/view/48774

[14] Savitri, G. A. M. H. D., Yunus, E. N., & Widjanarko, A. (2025). *Unveiling the Impact of Logistics Service Quality on Customer Satisfaction*. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen. https://doi.org/10.17358/jabm.11.2.418

[15] Sonista, M., Saputro, R. J., & Hadikusuma, R. (2024). *Pengaruh Service Failure dan Service Recovery terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret*. Jurnal Administrasi Profesional. https://jurnal.pnj.ac.id/index.php/JAP

[16] Sun, Y. (2025). *Research on Logistics Service Supply Chain Coordination: Logistics Service Supply Chain and Green Innovation*. *Sustainability*, MDPI. https://www.mdpi.com/2071-1050/17/2/646

[17] Tajik, O., Golzar, J., & Noor, S. (2024). *Purposive Sampling*. International Journal of Education & Language Studies. https://www.researchgate.net/publication/391849280_Purposive_Sampling

[18] Wanarat, S., & Meathawiroon, C. (2025). *The Influence of Service Innovation on Logistics Capability and Cost Advantage*. Thammasat Review. https://doi.nrct.go.th/admin/doc/doc_667650.pdf