

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PT.SICEPAT EKSPRES INDONESIA
(Studi Kasus Pelanggan Ekspedisi SiCepat Ekspres di Kota Surabaya)**

Emmas Win Faulina Marbun¹, Sonja Andarini²

¹AdBis FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

²AdBis FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Alamat e-mail : emmasmarbun074@gmail.com

Abstract

In today's modern era, the development of the service industry in the logistics sector is increasing, this is in line with the development of online business and also the increasing number of applications that provide opportunities for the public to make buying and selling transactions online, so that shipping companies in Indonesia of course take advantage of existing opportunities. The object of this research is the customer of PT.SiCepat Ekspres Indonesia in the city of Surabaya. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and price on customer satisfaction. This study uses a quantitative method with the Associative type. The data collection technique in this study used a questionnaire with the Non-Probability Sampling technique. The results of the study indicate that service quality and price have a simultaneous positive and significant effect on customer satisfaction. Price has a positive and significant influence partially on customer satisfaction but the quality of service is known to partially have a positive but not significant effect on customer satisfaction for SiCepat expeditions in the city of Surabaya.

Keywords : Marketing, Service Quality, Price, Customer Satisfaction

Abstrak

Pada era modern saat ini, perkembangan industri jasa dibidang logistik semakin mengalami peningkatan hal ini sejalan dengan semakin berkembangnya bisnis *online* dan juga semakin banyaknya aplikasi-aplikasi yang memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk melakukan transaksi jual-beli secara *online*, sehingga perusahaan ekspedisi di Indonesia tentunya memanfaatkan kesempatan yang ada. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Objek pada penelitian ini adalah pelanggan dari PT.SiCepat Ekspres Indonesia wilayah kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode *Kuantitatif* dengan jenis *Asosiatif*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan teknik *Non-Probability Sampling*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Harga memberikan pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, namun kualitas pelayanan diketahui secara parsial memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan ekspedisi SiCepat di kota Surabaya.

Kata Kunci : Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

A. Pendahuluan

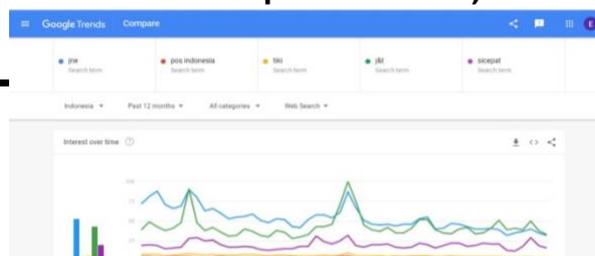
Perkembangan bisnis *online* saat ini menyebabkan gaya hidup masyarakat menjadi lebih praktis dan juga budaya belanja masyarakat yang mulai berubah ke budaya belanja secara *online* dibandingkan *offline*. Perkembangan teknologi di era modern inilah yang menjadikan perkembangan bisnis *online* semakin meningkat sehingga penyedia jasa dalam bentuk bisnis logistik pun semakin diuntungkan.

Sejak didirikan tahun 2014 yang lalu sampai saat ini PT.Sicepat Ekspres sudah meningkatkan popularitas mereka serta sudah banyak jenis-jenis pelayanan SiCepat yang memberikan harga yang terjangkau bagi masyarakat. Penetapan harga yang terjangkau ini tentunya sudah didasarkan pada banyak pertimbangan khususnya bagaimana bentuk penerimaan pasar. Melihat dari pola belanja *online* atau bentuk pengiriman masyarakat Indonesia sendiri dimana para pelanggan sering merasa berat dengan

harga ongkos kirim yang dibebankan kepada mereka.

Penelusuran yang dilakukan oleh Cekresi.com di *Google Trends* pada 12 bulan terakhir (Juni 2017-Mei 2018) ditemukan bahwa SICEPAT dalam kurun waktu 4 tahun mampu menjadi salah satu dari perusahaan kurir yang populer di Indonesia yang menempati urutan ke 5. Peneliti kemudian menggunakan data perusahaan yang sama yang digunakan oleh Cekresi.com untuk melakukan pencarian kembali agar mengetahui perusahaan yang terpopuler pada 12 bulan terakhir dan diketahui bahwa SICEPAT mampu naik ke posisi ketiga mengalahkan perusahaan TIKI dan Pos Indonesia dan kalah dari Perusahaan JNE dan J&T.

Gambar A.1 Kurir Paket Terpopuler 12 Bulan Terakhir (1 November 2020-12 September 2021)



<https://trends.google.com/trends/>

PT. SICEPAT EKSPRES INDONESIA melakukan banyak hal demi untuk meningkatkan kualitas mutu pelayanan mereka. Peningkatan mutu pelayanan perusahaan adalah dengan semakin mendekati diri dengan para pelanggannya sehingga PT. Sicepat Ekspres Indonesia semaksimal mungkin memperbanyak jumlah kantor cabang mereka dan juga memperbanyak tempat *drop point* mereka. Pada tahun 2021 saja perusahaan ini sudah gencar melakukan ekspansi layanan dengan berfokus pada peningkatan infrastruktur digital, strategi layanan dan harga serta kecepatan pada pengiriman. PT. SICEPAT Ekspres Indonesia juga menciptakan layanan SiCepat Point yang bertujuan untuk memudahkan *seller* dalam melakukan *drop* paket sehingga hal ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan di mata pelanggan mereka. Penetapan harga yang dilakukan oleh SiCepat selalu berusaha menentukan

harga yang terjangkau untuk para konsumennya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh positif dan signifikan pada masing-masing variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan juga harga terhadap variabel terikat yakni kepuasan pelanggan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini didukung dengan menggunakan metode Kuantitatif dengan jenis Asosiatif. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan teknik *Non-Probability Sampling*. Objek pada penelitian ini adalah pelanggan dari PT. SiCepat Ekspres Indonesia wilayah kota Surabaya. Penetapan ukuran sample yang digunakan peneliti adalah dengan menduga proporsi populasi (P) yang dikemukakan oleh Sugiarto Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 pq}{E^2}$$

Keterangan :

P : Proporsi Populasi

Q : 1-p

E : Estimasi Kesalahan

N : Ukuran Sampel

$Z_{\alpha/2}$ = nilai Z yang memisahkan

wilayah $\alpha/2$ di ekor kanan dari distribusi normal standar.

Sehingga berdasarkan rumus diatas diperoleh jumlah sample sebanyak 100 orang.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

C.1 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Tabel C.1 Uji Validitas

| Indikator | r hitung | Signifikansi | r tabel | Keterangan |
|--------------------------------|----------|--------------|---------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | | | | |
| X1.1 | 0,776 | 0,000 | 0,165 | Valid |
| X1.2 | 0,858 | 0,000 | 0,165 | Valid |
| X1.3 | 0,833 | 0,000 | 0,165 | Valid |
| X1.4 | 0,799 | 0,000 | 0,165 | Valid |
| X1.5 | 0,751 | 0,000 | 0,165 | Valid |
| X1.6 | 0,815 | 0,000 | 0,165 | Valid |
| X1.7 | 0,795 | 0,000 | 0,165 | Valid |
| Harga (X2) | | | | |
| X2.1 | 0,714 | 0,000 | 0,165 | Valid |
| X2.2 | 0,865 | 0,000 | 0,165 | Valid |
| X2.3 | 0,831 | 0,000 | 0,165 | Valid |
| X2.4 | 0,848 | 0,000 | 0,165 | Valid |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | | | | |
| Y.1 | 0,908 | 0,000 | 0,165 | Valid |
| Y.2 | 0,909 | 0,000 | 0,165 | Valid |
| Y.3 | 0,904 | 0,000 | 0,165 | Valid |

Sumber : Data yang diolah dari data primer (angket)

Berdasarkan tabel C.1 diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas pada setiap indikator mulai dari variabel Kuliatas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Kepuasan pelanggan (Y) dapat disimpulkan valid dikarenakan nilai dari r hitung

lebih besar dari nilai r tabel pada tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Tabel C.2 Uji Reliabilitas

| Variabel | Alpha Cronbach | Keterangan |
|-------------------------|----------------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0,908 | Reliabel |
| Harga (X2) | 0,832 | Reliabel |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | 0,892 | Reliabel |

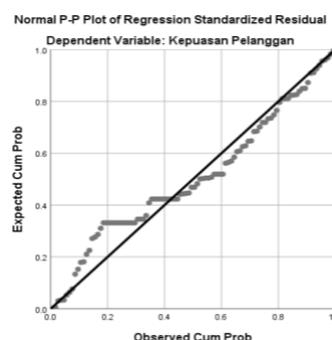
Sumber : Data yang diolah dari data primer (angket)

Berdasarkan tabel C.2 diatas menunjukkan bahwa nilai dari *Alpha Cronbach* dimasing-masing variabel lebih besar dari 0,60,dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan,harga dan kepuasan pelanggan reliable untuk dijadikan sebagai instrument dalam penelitian.

C.2 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar C.1 Uji Normalitas

Sumber : Data yang diolah dari data primer (angket).

Berdasarkan gambar C.1 diatas maka dapat dilihat bahwa titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel C.3 Uji Multikolinieritas

| Model | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| | B | Std. Error | Beta | | | | |
| (Constant) | -0.89 | 0.855 | | -1.041 | 0.3 | | |
| Kualitas Pelayanan | 0.234 | 0.041 | 0.468 | 5.647 | 0 | 0.413 | 2.424 |
| Harga | 0.41 | 0.077 | 0.439 | 5.298 | 0 | 0.413 | 2.424 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data yang diolah dari data primer (angket).

Pada tabel C.3 diatas diketahui bahwa nilai VIF pada variabel independent yakni kualitas pelayanan (X1) dan (X2) sama-sama bernilai 2,424 dimana lebih kecil dari 10 (2,424 < 10). Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Autokorelasi

Tabel C.4 Uji Autokorelasi

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .646 ^a | 0.418 | 0.406 | 1.673 | 1.938 |

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data yang diolah dari data primer (angket).

Berdasarkan tabel C.4 diatas dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,938, diketahui pula untuk nilai d_L dan d_U dengan nilai signifikansi 0,05 (5%), N dengan jumlah 100 dan K dengan jumlah 3 diperoleh nilai masing-masing sebesar 1,634 (d_L) dan 1,715 (d_U). Dilakukan juga perhitungan untuk mengetahui nilai $4 - d_L$ sebesar 2,366 dan $4 - d_U$ sebesar 2,285, sehingga diperoleh kesimpulan untuk uji autokorelasi dengan $1,715 < 1,938 < 2,285$ ($d_U < d < 4 - d_U$). Penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel C.5 Heteroskedastisitas

| Model | Coefficients ^a | | | | |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 0.422 | 0.101 | | 4.194 | 0 |
| Kualitas Pelayanan | -0.008 | 0.005 | -0.248 | -1.662 | 0.1 |
| Harga | -0.006 | 0.009 | -0.093 | -0.621 | 0.536 |

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Data yang diolah dari data primer (angket).

Berdasarkan tabel C.5 diketahui bahwa nilai signifikansi dari kedua variabel bebas tersebut seperti Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,1

dan Harga (X2) sebesar 0,536 dimana kedua nilai variabel bebas ini lebih besar dari 0,05 (Alpha). Kesimpulan yang didapat adalah pada variabel penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Hipotesis

Uji F (Simultan)

Tabel C.6 Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | |
|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Regression | 194.807 | 2 | 97.403 | 34.815 | .000 ^b |
| Residual | 271.383 | 97 | 2.798 | | |
| Total | 466.19 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)
 b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Sumber : Data yang diolah dari data primer (angket).

Berdasarkan perhitungan diatas maka diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar dipada nilai F tabel (34,815 > 3,09) sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima yang berarti secara simultan variabel bebas (Kualitas Pelayanan dan Harga) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (terikat).

Uji t (Parsial)

Tabel C.7 Hasil Uji t

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 2.298 | 1.246 | | 1.844 | 0.068 |
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0.103 | 0.06 | 0.205 | 1.7 | 0.092 |
| Harga (X2) | 0.444 | 0.113 | 0.476 | 3.944 | 0 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Data yang diolah dari data primer (angket).

1. Uji t kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Nilai t hitung (1,700) < t tabel (1,984) maka H₀ diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi SiCepat Ekspres.

2. Uji t harga terhadap kepuasan pelanggan

Nilai t hitung (3,944) > t tabel (1,984) maka H₀ ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi SiCepat Ekspres.

C.3 Pembahasan Hasil Penelitian

C.3.1 Pembahasan Secara Simultan (Uji F)

Berdasarkan uji hipotesis F menunjukkan bahwa nilai masing-masing variabel bebas (kualitas pelayanan dan harga) memiliki pengaruh simultan terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) ditunjukkan dengan hasil dari nilai F hitung lebih besar dipada nilai F tabel ($34,815 > 3,09$). Hal ini membuktikan bahwa hipotesis 1 diterima dimana terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan pada kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT. SiCepat Ekspres Indonesia.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan akan suatu produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (pada perusahaan jasa) dan juga harga yang ditawarkan kepada pelanggan.

C.3.2 Pembahasan Secara Parsial (Uji t)

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada tabel hasil pengujian secara parsial (uji t) variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai t hitung ($1,700 < t$ tabel ($1,984$)) sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi SiCepat Ekspres.

Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh SiCepat Ekspres Indonesia memberikan dampak yang positif namun tidak signifikan, yang menandakan bahwa pelanggan ekspedisi SiCepat Ekspres di kota Surabaya tidak terlalu memperhatikan kualitas pelayanan sebagai alasan utama dalam mencapai kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Pada tabel hasil pengujian secara parsial (uji t) variabel harga menunjukkan bahwa nilai t hitung ($3,944 > t$ tabel ($1,984$)) sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial harga berpengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi SiCepat Ekspres.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga yang diberikan oleh perusahaan SiCepat saat ini mampu memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan mereka.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan dan juga harga secara bersama-sama memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Sicepat Ekspres Indonesia. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bayu Putra Setiawan dan Agus Frianto (2021).

Namun jika membahas mengenai variabel kualitas pelayanan maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan berbeda dengan variabel harga yang memberikan pengaruh signifikan.

Hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan diketahui tidak

sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Berliana,dkk (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan. Namun hasil penelitian mengenai variabel harga diketahui sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Annisa Nabila Silmi dan Fosa Sarassina (2021) yang memberikan hasil signifikan.

E. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan maka peneliti dapat memberikan saran bagi penelitian selanjutnya dimana pada penelitian ini variabel kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan kepada kepuasan pelanggan SiCepat Ekspres Indonesia, sehingga peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya menggunakan variabel lainnya seperti *brand image*, promosi, dan variabel lainnya yang memungkinkan memiliki hubungan terhadap kepuasan pelanggan

Daftar Pustaka

1. BUKU :

- Asra, A., Irawan, P. B., & Purwoto, A. (2016). *Metode Penelitian Survei*. Bogor: IN MEDIA.
- Budiyanto, A. (2021). *PEMASARAN JASA PENGERTIAN DAN PERKEMBANGAN*. Indonesia: Cipta Media Nusantara.
- Daga, R. (2017). *Buku 1 : Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Gowa: Global Research and Consulting Institute.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *PEMASARAN JASA : Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Firmansyah, F., & Haryanto, R. (2019). *Manajemen Kualitas Jasa : Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Indonesia: Duta Media Publishing.
- Ghozali, I. (2014). *Ekonometrika :Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan IBM SPSS 22*. Semarang: Undip.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Efendi, M. B., Sudarso, B., Lie, D., Simarmata, S. H., et al. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indonesia: Yayasan Kita Menulis.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: UP Unitomo Press.
- Mashadi, M. (2019). *AKUNTABILITAS MANAJEMEN ORGANISASI*. NIRLABA. Wonosobo: Gaceindo.
- Mulyawan, R. (2016). *Birokrasi dan Pelayanan Publik*. Bandung: UNPAD PRESS
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Sudarmanto, G. (2013). *STATISTIKA TERAPAN BERBASIS KOMPUTER Dengan Program IBM SPSS Statistics 19*. Bandar Lampung: Mitra Wacana Media.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV.Andi Offset (Penerbit ANDI).
- Sugiarto. (2017). *METODOLOGI Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN ADMINISTRASI*. Bandung: CV.ALFABETA
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Skripsi, Tesis & Disertasi*. Yogyakarta: ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).
- Tjiptono, F. (2015). *STRATEGI PEMASARAN Edisi 4*. Yogyakarta: CV.Andi Offset (Penerbit ANDI).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*

Edisi 4. Yogyakarta: CV.Andi Offset (Penerbit ANDI).

Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *PEMASARAN : Esensi & Aplikasi.* Yogyakarta: CV.Andi Offset (Penerbit ANDI).

2. JURNAL :

Berliana, P. N., Suharyati, & Handayani, T. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada JNE Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan). *Business Management, Economic and Accounting National Seminar*, 440 - 456.

Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35-43.

Setiawan, B. P., & Frianto, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Perusahaan Jasa Ekspedisi Krian). *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 3(3), 352-366.

Silmi, A. N., & Sarassina, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Transportasi Online (Gojek) di Kota Magelang.

Wahyuni, R. C., & Waloejo, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PT Pos Indonesia (PERSERO) Kantor Pos Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 349-356.

3. Artikel in Press :

BPKN. (2020, Juni 11). www.bpkn.go.id. Retrieved November 13, 2021, from <https://www.bpkn.go.id/posts/>

H.Sudono. (2022, March 13). www.pa-blitar.go.id/. Retrieved March 13, 2022, from <http://pablitar.go.id/pablweb/informasi-pengadilan/160-untuk-kepentingan-apa-batasan-usia-dewasa-itu.html>

Husnainna, N. (2020, April 11). www.pluginongkos kirim.com. Retrieved Desember 27, 2021, from <https://pluginongkos kirim.com/kantor-sicepat-surabaya/>

Putri, A. (2021, June 14). www.sahabatsicepat.com. Retrieved November 13, 2021, from <https://sahabatsicepat.com/se-makin-mudah-dengan-sicepat-point/>.

SiCepat. (2021, September 27). www.sicepat.com. Retrieved November 13, 2021, from <https://www.sicepat.com/news/post/613dac7ecd9c0f0021a44ee4-sicepat-raih-2-penghargaan-customer-service-dari-swa>.

Surabaya.Media. (2021, Februari 03).

www.Surabaya.Media.com.

Retrieved Desember 27, 2021, from <https://surabaya.media/franchise/lima-kemitraan-ekspedisi-paling-populer/>

Tribunnews. (2020, Februari 18).

www.tribunnews.com.

Retrieved November 14, 2021, from <https://m.tribunnews.com/bisnis/2020/02/18/sicepat-kenalkan-halu-kiriman-paket-berbiaya-murah-dengan-tarif-mulai-dari-lima-ribuan?page=all>.