

*2023*  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
NIAT PAKAI ULANG KONSUMEN  
JASA EKSPEDISI PAXEL**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**Mariane Gracia Mauliate**

**6031801220**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**Terakreditasi Unggul oleh BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AKISK/S/III/2022**

**BANDUNG**

**2023**

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY TOWARDS<sup>John</sup>  
CONSUMERS REUSE INTENTION OF PAXEL EXPEDITION SERVICES**



**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete part of the requirements  
for Bachelor's Degree in Management

**By:**

**Mariane Gracia Mauliate**

**6031801220**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**PROGRAM IN MANAGEMENT**

**Excellent Accredited by BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022**

**BANDUNG**

**2023**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP<sup>Jain</sup>  
NIAT PAKAI ULANG KONSUMEN JASA EKSPEDISI PAXEL**

Oleh:

Mariane Gracia Mauliate  
6031801220

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, 25 Januari 2023

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, CMA., CPM.

Pembimbing Skripsi,

Irsanti Hasyim, S.E, M.S.M, M.Eng.

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Mariane Gracia Mauliate  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 23 Juni 2000  
Nomor Pokok Mahasiswa : 6031801220  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap  
Niat Pakai Ulang Konsumen Jasa Ekspedisi Paxel**

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan Irsanti Hasyim, S.E, M.S.M, M.Eng.

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No. 20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,  
Dinyatakan tanggal 25 Januari 2023  
Pembuat pernyataan



Mariane Gracia Mauliate

## ABSTRAK

Masa pandemi memberikan dampak permintaan penggunaan jasa ekspedisi cepat melesat. Hingga 80% pembelian barang di *e-commerce* menginginkan layanan pengiriman instan atau *same day delivery*. Maraknya bisnis dagang berbasis digital membuka peluang besar untuk jasa ekspedisi. Salah satu jasa ekspedisi di Indonesia adalah PT Paxel Teknologi Unggul yang dikenal sebagai Paxel, yakni merupakan salah satu perusahaan *startup* pelopor jasa ekspedisi *same day delivery* antar kota di Indonesia. Berdasarkan *preliminary research* berupa wawancara kepada 16 orang yang telah menggunakan jasa ekspedisi Paxel, sebanyak 13 responden menyampaikan bahwa tidak memiliki niat pemakaian ulang jasa ekspedisi Paxel. Hal ini terjadi dikarenakan responden tersebut mengalami keluhan atas kualitas pelayanan jasa ekspedisi Paxel. Didapati responden merasa tidak puas dengan yang apa yang didapatkan dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa ekspedisi Paxel.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) terhadap niat pakai ulang jasa ekspedisi Paxel. Penelitian ini merupakan *applied research* dengan menggunakan metode *explanatory research*. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, studi literatur, dan penyebaran kuesioner kepada 202 responden menggunakan *google form*. Selanjutnya, dilakukan analisis deskriptif dan analisis linear berganda dengan menggunakan *tools* SPSS.

Berlandaskan olah data yang telah dilakukan, didapati hasil 2 dari 5 dimensi kualitas pelayanan yakni *responsiveness* dan *assurance* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pakai ulang jasa ekspedisi Paxel. Selanjutnya didapati hasil 3 dari 5 dimensi kualitas pelayanan yakni *reliability, empathy, dan tangible* memberikan pengaruh signifikan terhadap niat pakai ulang jasa ekspedisi Paxel dengan kontribusi persentase sebesar 81,4%. Sementara persentase sisanya yakni sebesar 18,6% merupakan kontribusi dari faktor lain yang tidak dapat diperoleh dalam penelitian ini.

Kata kunci: kualitas pelayanan, niat pakai ulang, jasa ekspedisi, Paxel, PT Paxel Teknologi Unggul

## **ABSTRACT**

*The pandemic period had an impact on the demand for the use of fast shipping services. Up to 80% of goods purchases in e-commerce want instant delivery services or same day delivery. The rise of the digital-based trading business opens up great opportunities for shipping services. One of the expedition services in Indonesia is PT Paxel Teknologi Unggul, known as Paxel, which is one of the startup companies pioneering same day delivery expedition services between cities in Indonesia. Based on preliminary research in the form of interviews with 16 people who had used Paxel's shipping services, 13 respondents said that they had no intention of reusing Paxel's shipping services. This happened because the respondent experienced complaints about the quality of Paxel's expedition services. It was found that respondents were dissatisfied with what was obtained from the quality of service provided by Paxel expedition services.*

*This study aims to determine the effect of service quality (reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible) on the intention to reuse Paxel's expedition services. This research is an applied research using explanatory research methods. Data was collected through observation, interviews, literature studies, and distributing questionnaires to 202 respondents using the Google form. Furthermore, descriptive analysis and multiple linear analysis were carried out using SPSS tools.*

*Based on the data processing that has been done, it was found that 2 of the 5 dimensions of service quality: responsiveness and assurance, did not have a significant effect on the intention to reuse Paxel expedition services. Furthermore, it was found that 3 of the 5 dimensions of service quality: reliability, empathy, and tangible, had a significant influence on the intention to reuse Paxel's expedition services with a percentage contribution of 81.4%. While the remaining percentage of 18.6% is a contribution from other factors that cannot be obtained in this study. Keywords: service quality, reuse intention, expedition services, Paxel, PT Paxel Teknologi Unggul*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas seluruh karunia, berkah hikmat, serta penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pakai Ulang Konsumen Jasa Ekspedisi Paxel”**. Penyusunan penelitian ini penulis lakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Pada proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari hambatan dan keterbatasan yang dimiliki. Namun, berkat dukungan, bantuan, serta doa yang penulis peroleh dari banyak pihak lingkungan penulis, penulis akhirnya mampu menyelesaikan dan mengatasi segala kendala yang penulis hadapi hingga pada akhirnya penyusunan skripsi dapat diselesaikan. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ketiga orang tua penulis yakni ayah kandung penulis, Drs. Alwi Muliante, ibu kandung penulis, Dra. Pingkan RD Kotambunan, dan ibu sambung selayaknya ibu kandung bagi penulis, RD. Dewi Kartika Yus Natadisastra, yang selalu mendoakan, memberikan dukungan penuh, mendampingi, serta memberikan nasihat kepada penulis sehingga pada akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi S1 dengan baik.
2. Kakak perempuan penulis, Angelica Clara Mauliate, yang selalu mendukung penulis dalam kebutuhan penyusunan skripsi.
3. Yth. Ibu Irsanti Hasyim, S.E, M.S.M, M.Eng., selaku dosen pembimbing penulis yang dengan sabar serta tulus dalam membimbing, mengarahkan, dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Yth. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
5. Yth. Ibu Dr. Istiharini, CMA., CPM. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
6. Yth. Bapak Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si. selaku dosen wali penulis.
7. Yth. Bapak/Ibu dosen dan staf di Universitas Katolik Parahyangan.

8. Teman-teman seper bimbingan penulis antara lain Lukas Mesias Ravi Kumararajasa dan Muhammad Ramzy Farras yang telah mau berdiskusi dan saling membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Ke tiga belas sahabat penulis, Besariani, Neraya, Rakeysha, Salma, Nadilla, Sharon, Michiko, Rania, Reyna, Alfiana, Claudia, Shekina, Dea, yang tiada henti menghibur penulis dengan keseruan serta kegembiraan pada masa-masa penyusunan skripsi.
10. Teman-teman rekan kerja penulis di Kalëa Space yang telah memberikan keseruan, dukungan, dan pengertian kepada penulis untuk bekerja secukupnya dan membagi waktu antara bekerja dan menyelesaikan penyusunan skripsi.
11. Sahabat sejak SMP penulis, Selly Oktalivia Yohana, yang selalu memberikan dukungan jarak jauh dan tidak pernah melupakan penulis.
12. Seseorang terdekat penulis yang tidak dapat disebutkan namanya, selaku seseorang yang selalu memberikan dukungan melalui caranya sendiri, dengan memberikan kebebasan bagi penulis untuk bertindak dengan bijak dalam penyelesaian penyusunan skripsi.

Penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu akhir kata penulis meminta maaf apabila terdapat kesalahan kalimat maupun kata-kata dan penulis mengharapkan adanya kritik serta saran dari para pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi segala pihak yang membaca.

Bandung, 25 Januari 2023



Mariane Gracia Mauliate

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Kerangka Pemikiran.....	13
1.6 Hipotesis Penelitian.....	15
BAB 2.....	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Pengertian Jasa Pengiriman.....	16
2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	16
2.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	17
2.5 Pengertian Niat Pakai Ulang.....	39
2.6 Indikator Niat Pakai Ulang.....	40
2.7 Hubungan Antar Variabel.....	46
BAB 3.....	51
METODE DAN OBJEK PENELITIAN.....	51
3.1 Metode dan Jenis Penelitian.....	51
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.3 Populasi dan Sampel.....	53
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	55
3.5 Pengukuran Variabel.....	64
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64
3.6.1 Uji Validitas.....	65
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	67
3.7 Teknik Analisa Data.....	68
3.7.1 Analisa Deskriptif.....	68
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
3.7.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	70

3.7.2.2 Uji Koefisien Determinasi.....	71
3.7.2.3 Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	72
3.7.2.4 Uji Pengaruh Parsial (Uji t).....	72
3.8 Objek Penelitian.....	74
3.8.1 Unit Analisa.....	74
3.8.2 Profil Perusahaan.....	74
3.9 Profil Responden.....	75
3.9.1 Usia Responden.....	75
3.9.2 Pekerjaan dan Pengeluaran.....	76
3.9.3 Pengetahuan Responden Mengenai Eksistensi Jasa Ekspedisi Paxel.....	78
3.9.4 Frekuensi Penggunaan Jasa Ekspedisi Paxel Dalam Satu Bulan Terakhir.....	79
3.9.5 Sarana Penggunaan Jasa Ekspedisi Paxel.....	79
3.9.6 Penggunaan Jasa Ekspedisi Selain Jasa Ekspedisi Paxel.....	81
BAB 4.....	82
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	82
4.1 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan Jasa Ekspedisi Paxel.....	82
4.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Reliability</i> Jasa Ekspedisi Paxel.....	83
4.1.2 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Responsiveness</i> Jasa Ekspedisi Paxel.....	87
4.1.3 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Assurance</i> Jasa Ekspedisi Paxel.....	90
4.1.4 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Empathy</i> Jasa Ekspedisi Paxel.....	95
4.1.5 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Tangible</i> Jasa Ekspedisi Paxel.....	98
4.2 Hasil Analisis Deskriptif Niat Pakai Ulang Jasa Ekspedisi Paxel.....	100
4.3 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Niat Pakai Ulang Jasa Ekspedisi Paxel.....	101
4.3.1 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	101
4.3.1.1 Hasil Uji Normalitas.....	101
4.3.1.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	103
4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas .....	104
4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda (Metode <i>Stepwise</i> ).....	105
4.3.2.1 Uji Pengaruh Simultan (Uji Statistik F).....	106
4.3.2.2 Uji Pengaruh Parsial (Uji Statistik t).....	108
4.3.2.3 <i>Excluded Variables</i> .....	110
4.3.2.4 Koefisien Determinasi .....	111

4.3.2.5 Model Regresi Penelitian.....	112
4.4 Pembahasan.....	115
BAB 5.....	116
KESIMPULAN DAN SARAN .....	116
5.1 Kesimpulan.....	116
5.2 Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....	122
LAMPIRAN 1 .....	130
LAMPIRAN 2 .....	140
LAMPIRAN 3 .....	217

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil <i>Preliminary Research</i> Niat Pakai Ulang Terhadap Jasa Ekspedisi Paxel.....	10
Tabel 2.1	Atribut Kualitas Pelayanan.....	18
Tabel 2.2	Indikator Niat Pakai Ulang.....	40
Tabel 2.3	Hubungan Antar Variabel.....	47
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	56
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Niat Pakai Ulang.....	63
Tabel 3.3	Skala <i>Likert</i> .....	64
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan dan Niat Pakai Ulang.....	65
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan dan Niat Pakai Ulang.....	68
Tabel 3.6	Interpretasi Rata-Rata Hitung.....	69
Tabel 4.1	Analisis Deskriptif Nilai Rata-Rata Hitung Variabel X (Kualitas Pelayanan).....	83
Tabel 4.2	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Reliability</i> .....	84
Tabel 4.3	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	88
Tabel 4.4	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Assurance</i> .....	91
Tabel 4.5	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Empathy</i> .....	94
Tabel 4.6	Analisis Deskriptif Dimensi <i>Tangible</i> .....	99
Tabel 4.7	Analisis Deskriptif Dimensi Niat Pakai Ulang.....	100
Tabel 4.8	Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	103
Tabel 4.9	<i>Coefficients</i> .....	104
Tabel 4.10	<i>Variables Entered/Removed</i> .....	106
Tabel 4.11	Hasil Uji F.....	107
Tabel 4.12	Hasil Uji t.....	109
Tabel 4.13	<i>Excluded Variables</i> .....	111
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	112
Tabel 4.15	Hasil Analisis Deskriptif & Analisis Regresi Linear Berganda...	114

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Delapan (8) <i>Startup</i> Logistik Terpopuler di RI.....	2
Gambar 1.2	<i>Ratings</i> dan <i>Review</i> Aplikasi Jasa Ekspedisi Paxel Pada App Store.....	3
Gambar 1.3	<i>Ratings</i> dan <i>Reviews</i> Jasa Ekspedisi Paxel Pada Google <i>Review</i> .....	5
Gambar 1.4	<i>Ratings</i> dan <i>Reviews</i> Jasa Ekspedisi Paxel Pada Play Store.....	7
Gambar 1.5	<i>Pie Chart</i> Pengguna Jasa Ekspedisi Paxel.....	9
Gambar 1.6	<i>Pie Chart</i> Niat Pakai Ulang Terhadap Jasa Ekspedisi Paxel.....	9
Gambar 1.7	Model Penelitian.....	15
Gambar 3.1	Logo Jasa Ekspedisi Paxel.....	74
Gambar 3.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	75
Gambar 3.3	Pekerjaan Responden.....	76
Gambar 3.4	Pengeluaran Dalam Satu Bulan Responden.....	77
Gambar 3.5	Profil Responden Terkait Pengetahuan Akan Eksistensi Jasa Ekspedisi Paxel.....	78
Gambar 3.6	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	79
Gambar 3.7	Profil Responden Berdasarkan Sarana Penggunaan.....	80
Gambar 3.8	Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Jasa Ekspedisi Selain Paxel.....	81
Gambar 4.1	Opsi <i>Fragile</i> Pada Aplikasi Jasa Ekspedisi Paxel.....	86
Gambar 4.2	<i>Review</i> Aplikasi Jasa Ekspedisi Paxel Pada App Store.....	87
Gambar 4.3	<i>Review</i> Aplikasi Jasa Ekspedisi Paxel Pada App Store.....	90
Gambar 4.4	<i>Review</i> Aplikasi Jasa Ekspedisi Paxel Pada App Store.....	93
Gambar 4.5	Keterangan Mengenai Pengembalian Saldo <i>e-Wallets</i> dan Paxel <i>Credit</i> Aplikasi Jasa Ekspedisi Paxel.....	96
Gambar 4.6	Tampilan Paxel <i>Credit</i> Pada Aplikasi Jasa Ekspedisi Paxel.....	97
Gambar 4.7	<i>Review</i> Aplikasi Jasa Ekspedisi Paxel Pada App Store.....	98
Gambar 4.8	Histogram Uji Normalitas.....	101
Gambar 4.9	<i>Normal Probability-Plot</i> .....	102
Gambar 4.10	<i>Scatterplot</i> .....	105
Gambar 4.11	Model Regresi Penelitian.....	113

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

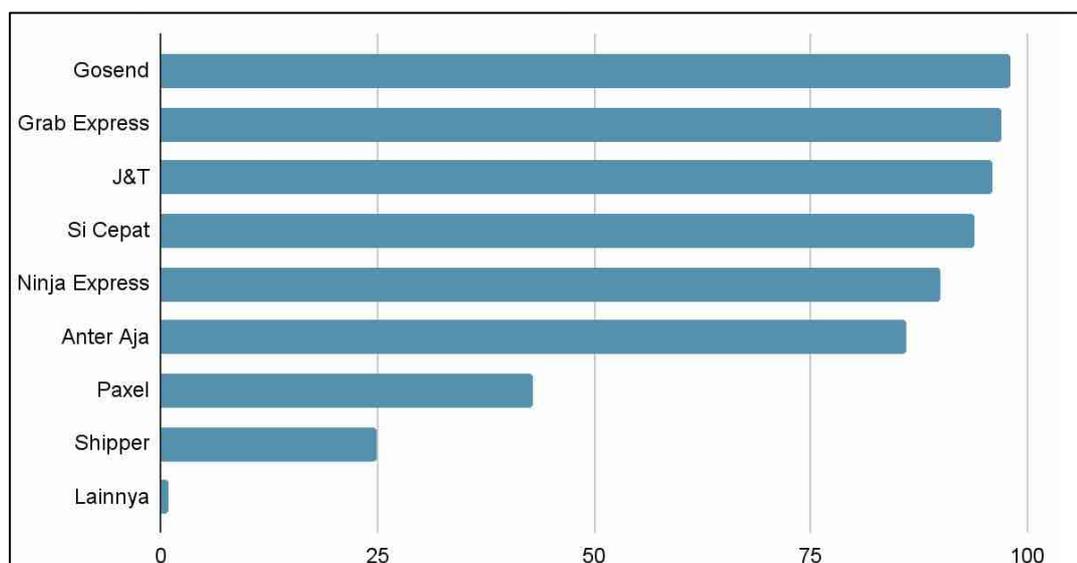
Peran dan kontribusi industri kreatif di Indonesia tidak dapat lagi dipandang sebelah mata, perkembangan ekonomi kreatif terpantau berkembang secara signifikan. Subsektor EKRAF telah berhasil berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai Rp1.211 triliun (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021). Khususnya pada masa pandemi Covid-19, industri kreatif semakin menarik perhatian masyarakat dikarenakan tumbuhnya *marketplace*. Perkembangan *e-commerce* saat ini sangatlah pesat, melihat bahwa masyarakat telah menjadikan *e-commerce* sebagai suatu gaya hidup. Industri kreatif telah memberikan valuasi bisnis *e-commerce* dengan nilai yang fantastis. Menurut catatan Bank Indonesia, sepanjang tahun 2020, nilai transaksi dalam perdagangan elektronik dapat menembus Rp 253 triliun. Terkhusus triwulan III-2020, jumlah perdagangan transaksi elektronik mencapai Rp 180,74 triliun (Kompas & Pandia, 2021). Bank Indonesia pun memproyeksikan bahwa di tengah pandemi ini, bisnis dagang berbasis digital dapat tumbuh 33,2% dari tahun 2020 yang telah mencapai Rp 253 triliun menjadi Rp 337 triliun pada tahun 2021 (PDSI Kominfo, 2021).

Maraknya bisnis dagang berbasis digital ini membuka peluang besar untuk jasa pengiriman, dalam hal ini adalah jasa ekspedisi. Di masa pandemi ini, permintaan jasa ekspedisi cepat sangatlah melesat, bahkan hingga 80% pembelian barang di *e-commerce* menginginkan layanan pengiriman instan atau *same day delivery*. *Chief Executive Officer* (CEO) Anteraja, Suyanto Tjoeng mengatakan bahwa hingga di angka 61%, konsumen memilih untuk menggunakan jasa layanan ekspedisi dengan durasi pengiriman 1-3 jam (Investor Daily, 2021). Namun, pada kenyataannya, dalam data Bank Dunia, skor *Logistics Performance Index* (LPI) Indonesia di tahun 2018 adalah sebesar 3,15 dengan peringkat ke-46 dari 160 negara (The World Bank, 2019). Skor dan peringkat Indonesia yang terpapar pada The World Bank masih menduduki tingkat di bawah beberapa negara pada kawasan ASEAN, seperti Thailand, Singapura, Vietnam, dan Malaysia.

Terdapat berbagai macam jasa ekspedisi di Indonesia, salah satunya adalah PT Paxel Teknologi Unggul yang dikenal sebagai Paxel, merupakan salah satu perusahaan *startup* yang merupakan pelopor jasa ekspedisi *same day delivery* antar kota di Indonesia. Paxel didirikan pada tahun 2018 dalam pengembangan jasa pengiriman barang pada hari yang sama, atau lebih dikenal dengan jasa ekspedisi *same day delivery*. Melihat peringkat Indonesia pada The World Bank tidak menghalangi Paxel untuk berdiri mengembangkan jasa ekspedisi *same day delivery*. Layanan yang diberikan oleh Paxel menggunakan sistem estafet dalam pengiriman barang konsumen. Kurir Paxel disebut dengan “*happiness hero*” akan mengambil barang dari konsumen, lalu kurir akan menaruh barang tersebut pada *smart locker* sebagai penghubung antara kurir selanjutnya, dilanjutkan oleh *feeder* yang akan menghubungkan setiap *smart locker*, kemudian di langkah terakhir akan ada kurir yang mengantarkan barang ke penerima. Estafet barang konsumen ini berlangsung sekitar 2-3 kali, tergantung pada jarak pengiriman. Dalam sistem estafet ini, Paxel telah mengaplikasikan teknologi IoT (The Iconomics, 2020). Meski Paxel telah menjadi pelopor *same day delivery* antar kota di Indonesia, Paxel masih menduduki peringkat ke-7 dari 8 *startup* logistik terpopuler di Indonesia (Databoks & Pahlevi, 2022).

Gambar 1.1

8 Startup Logistik Terpopuler di RI



Sumber: Databoks & Pahlevi, 2022

Meskipun Paxel merupakan pelopor dari jasa ekspedisi satu hari sampai, adapun berdasarkan data pada Gambar 1.1, Paxel bukan merupakan pilihan utama dalam industri logistik di Indonesia. Penulis akhirnya melakukan observasi terhadap jasa ekspedisi Paxel untuk mengetahui lebih lanjut apa yang terjadi di lapangan terkait jasa ekspedisi Paxel. Penulis melakukan observasi pada kualitas *ratings* dan *review* Paxel di App Store. Dari hasil keseluruhan *ratings* dan *review* pada App Store, Paxel memperoleh *ratings* keseluruhan pada angka 4.3 dari total keseluruhan 8.800 ulasan.

Gambar 1.2

*Ratings dan Review Aplikasi Jasa Ekspedisi Paxel Pada App Store*

**Paxel - Easy to Send Package**  
Paxel Technologies

OPEN

8.8K RATINGS | AGE | CHART | DEVELOPER

4.3 | 4+ | No. 14 | Paxel Techn

★★★★☆

Years Old | Lifestyle

---

**pelayanannya payah bgt** 30 Apr  
★★★★☆ Ghea Giszelltya Asoka Macheri

kalo bs ksh bintang 0 mah gue ksh bintang 0 deh. paket undelivered dr 2hri yg lalu dan gada percobaan pengiriman lg, komplek d wa gada hasil, mna krim kue buat hampers lebaran. kburu lebaran dtg tp tu kue udh basi. last time pke paxel, ga mau lg gue gunain paxel, hrng 15k klo playanannya sejelek ini mnding gue pke gosend ato grab yg beda nmbh lg 10k doang

**Developer Response** 4 May  
Halo kak, mohon maaf ya atas

---

**Paket Hilang Pengiriman Lama** 2 May  
★★★★☆ Ghea Amara

Paket Hilang, Kurir memfoto bukti kirim asal, dan berbohong mengatakan paket sudah diterima oleh yang bersangkutan padahal tidak sama sekali, Tamda tangan telah dipalsukan. CS Sama sekali tidak membantu!!!

**Developer Response** 4 May  
Halo kak, maaf ya atas kendala yang kakak alami. Agar kami bisa bantu kendalanya lebih lanjut, silakan email ke wehearyou@paxel.co 🙏

Gambar 1.2

*Ratings dan Review* Aplikasi Jasa Ekspedisi Paxel Pada App Store (lanjutan)

<p><b>mau rubah jam pickup di mundurin beberapa jam tidak bisa</b> 7 Aug                      ☆☆☆☆☆ yosefino</p> <p>saya terkendala masalah dimana driver pickup barangnya sblm jam seharusnya pickup, saya sampaikan ke CS,tidak ada solusinya,malah suruh cancel dan buat jadwal baru,ini bukan solusi. waktu itu penting diperhitungkan ! dan harusnya aplikasi meng-cover itu!</p> <p><b>Developer Response</b> 9 Aug                      Hai kak, maaf ya atas ketidaknyamanannya ya.. untuk membantu kendala yang kakak alami, kami</p>	<p><b>Jasa ekspedisi ga jelas</b> 24 Jun                      ☆☆☆☆☆ rfadil</p> <p>Sudah bayar sudah nunggu untuk di pickup dari pagi tiba" cancel dadakan lyanan komplain ngasih harapan palsu doang sangat merugikan pelanggan</p> <p><b>Developer Response</b> 27 Jun                      Halo kak, maaf ya atas kendala yang kakak alami. Agar kami bisa bantu kendalanya lebih lanjut, silakan email ke suaraanda@paxel.co atau hubungi WhatsApp ke nomor 0855-7467-0318 🙏</p>
<p><b>No more using paxel. Bad experience.</b> Wed                      ☆☆☆☆☆ asydz</p> <p>Area tujuan tidak terjangkau namun TIDAK ADA INFO/NOTIF di aplikasi, sehingga paket dikembalikan dan awalnya biaya tidak bisa dikembalikan dg alasan "sudah diproses dan masuk ke sistem" (?????)                      Tp akhirnya bs dikembalikan setelah saya berdebat panjang dg CS. Paket pun dikembalikan BESOKNYA, BUKAN DI HARI YG SAMA. Padahal itu sembako untuk saudara saya yg sedang sakit.</p>	<p><b>Buruk sampah!!!!</b> 26 Jun                      ☆☆☆☆☆ ahhdhdjkdmankskskk</p> <p>Cs gak tanggung jawab dan slow response                      Makann jualan saya ancur ( TIDAK FROZEN)                      Jangan unduh apps ini lagi ya rugi!!!!                      Sampai detik ini tidak ada tanggung jawabnya malah di lempar ke driver company tidak bertanggung jawab.</p> <p><b>Developer Response</b> 28 Jun                      Hai kak, maaf ya atas ketidaknyamanannya ya.. untuk membantu kendala yang kakak alami, kami sarankan kakak untuk mengkontak Customer Emnathy kami melalui email ke</p>

Sumber: Observasi Penulis Pada App Store

Berdasarkan hasil *ratings* dan *review* yang tertera pada App Store terkait aplikasi App Store, konsumen yang memakai jasa ekspedisi Paxel menyampaikan berbagai macam keluhan. Diantaranya, disampaikan oleh konsumen Paxel bahwa seringkali terjadi keterlambatan jadwal sampainya paket kepada penerima, hilangnya paket, pengiriman dibatalkan oleh kurir secara mendadak tanpa pemberitahuan, informasi *pick up* paket oleh kurir pada aplikasi yang simpang siur, hingga *customer service* yang sulit dihubungi dan kurang membantu dalam pengaduan yang dilakukan oleh konsumen. Tak hanya pada App Store, penulis melanjutkan observasi pada Google *review* Paxel. Dalam Google *review*, Paxel memperoleh *ratings* 2.4 dari 5, dengan total keseluruhan 607 ulasan.

Gambar 1.3

*Ratings dan Reviews Jasa Ekspedisi Paxel Pada Google Review*

## Paxel HQ

Jl. Raya Jatinegara Timur No.103, Bali Mester, Jatinegara, Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

2,4 ★★☆☆☆ 607 ulasan ⓘ

**Melanie Setiawan**  
1 ulasan · 1 foto  
★★★☆☆ 3 bulan lalu

Rating 1 karena tidak bisa rating 0 atau minus. Saya sebelumnya biasa pakai paxel tp sekarang sangat mengecewakan. Saya sudah pesan dari H-1 utk pengiriman pagi2 sekali, pengiriman makanan basah dengan service SAME DAY. Kalau diterjemahkan hari yang sama dong? Dan sampai malam tidak sampai. Saya cek dibilang tidak ada orang di tempat padahal saya ada di tempat, dengan lampu juga dinyalakan kok. Tidak ada yg menghubungi saya, menanyakan kok ini tutup atau bagaimana? Saya hubungi CS balas lama sekali, dibilang pengiriman ulang di keesokan hari HALO? Next day dong ya itu? Lalu apa kabar maknan yang basi? Saya marah karwna mengingat ibu saya masak seharian excited sekali mau kirim untuk anaknya. Saya ngebayangin usaha mama saya yang sia2 karena kelalihan kurir. Luar biasa sekali pelayanannya Paxel ini . Tidak ada pertanggung jawaban

**Bite addict**  
2 ulasan  
★★★☆☆ 3 bulan lalu

BAD SERVICE!customer empathy ga jelas banget. Di chat ga dibales2 padah paket saya hilang gatau dimana. No telpon tidak terdaftar. kenapa ga menyediakan cs yang jelas ?!!

**Setiawan Arief**  
Local Guide · 114 ulasan · 93 foto  
★★★☆☆ 2 bulan lalu

Baru kali ini kasih rating satu.  
VERY DISAPPOINTED!!!!

Kirim kue buat rekan kerja niat kasih surprise malah gw dpt surprise karna satu hari Stlh kirim paket ga diterima.

Padahal di apps ditulis SUDAH DITERIMA

CSO? Jangan berharap banyak!  
Ingin ku berkata kasar sama layanan ini.

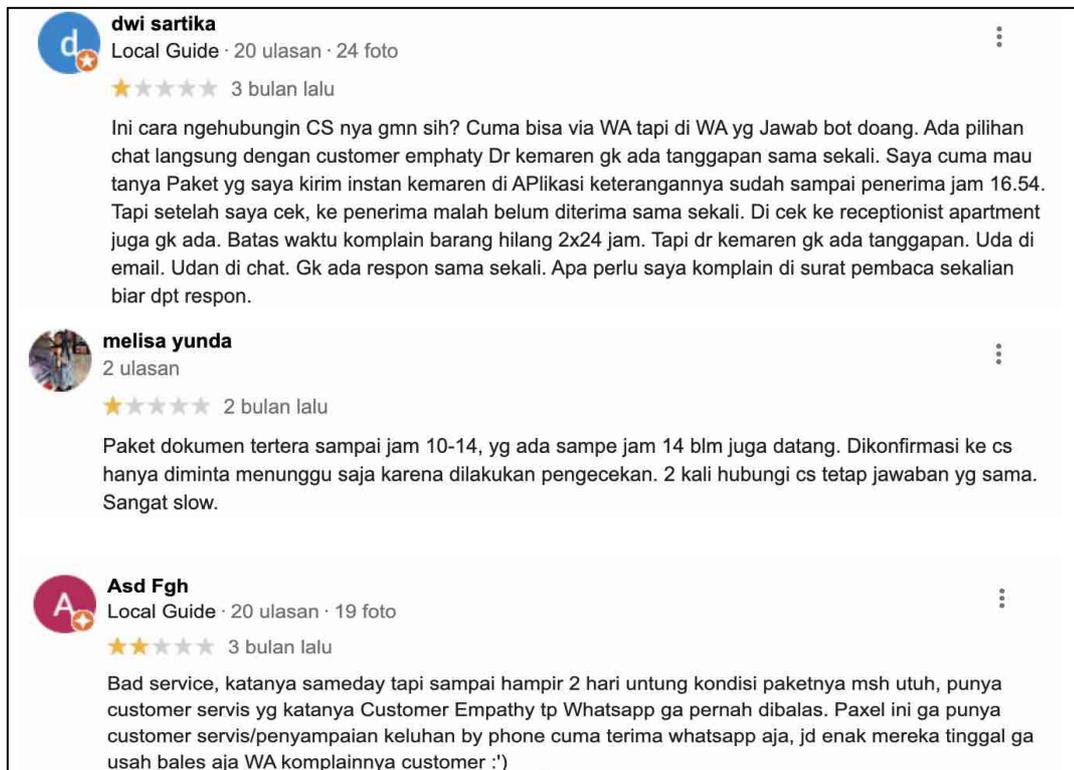
Udah up story entah lah diganti apa kaga  
Kue 160rbuan doang ga ngarep banyak  
Soalnya baca di comment paket 22jt cm diganti 1jt wkwkwkwkww

**Mega Hartini**  
12 ulasan  
★★★☆☆ 3 bulan lalu

Oooh salah ya pake paxel, harusnya baca review dulu ya di google. Ternyata banyak ya pengiriman gagal. Ga akan pake paxel lg sih ini. Ga bener. Cust empati ga ada empati2nya. Diem aja ditanya apa. Suka2 dia jg balesnya. Kirain lebih bagus dr grab sama gojek. Jgn kepancing tarif flat deh sameday nya. Nyampe kaga ilang iya paket saya.. dr tgl 26 kirim, tgl 28 ga sampe2. Sameday apanya itu? Org mah ga mo tau overload apa gmn. Situ tanggung jawab lah ud ambil paket org baru bilang overload. Alesan ini itu. Jgn diambil kerjaan klo ga sanggup. Rugiin org klo gitu caranya. Mending tanggung jawab. Halahhhh

Gambar 1.3

*Ratings dan Reviews Jasa Ekspedisi Paxel Pada Google Review (lanjutan)*

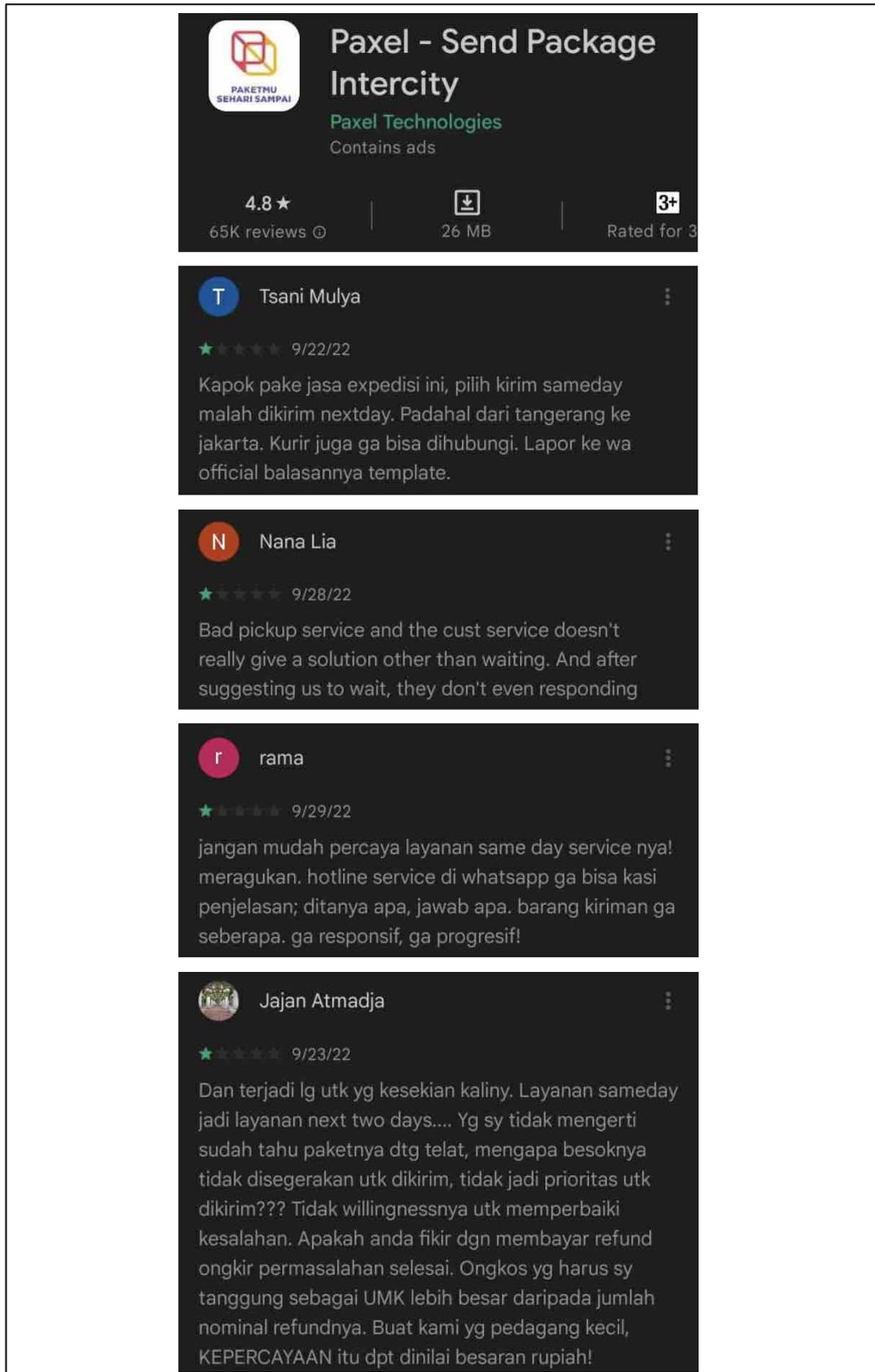


Sumber: Observasi Penulis Pada Google Review

Dapat dilihat pada Google review terkait *ratings* dan *review* Paxel cukup buruk, yaitu dengan *ratings* 2,4 dari 5. Konsumen Paxel menyampaikan kekecewaan yang dialami dalam memakai jasa kirim Paxel. Penyebab kekecewaan tersebut masih tidak jauh beda dari *review* yang tercantum pada App Store, yaitu seringkali terjadi keterlambatan jadwal sampainya paket kepada penerima, hilangnya paket, pengiriman dibatalkan oleh kurir secara mendadak tanpa pemberitahuan, informasi *pick up* paket oleh kurir pada aplikasi yang simpang siur, hingga *customer service* yang sulit dihubungi dan kurang membantu terkait pengaduan yang dilakukan oleh konsumen. Penulis melanjutkan observasi *ratings* dan *review* aplikasi jasa ekspedisi Paxel pada Play Store. Adapun *ratings* yang didapatkan dari hasil ulasan pada Play Store yaitu 4.8 dari 65.000 ulasan.

Gambar 1.4

*Ratings dan Reviews Jasa Ekspedisi Paxel Pada Play Store*



**Paxel - Send Package Intercity**  
Paxel Technologies  
Contains ads

4.8 ★  
65K reviews

26 MB

Rated for 3+

**T** Tsani Mulya  
★ ★ ★ ★ ★ 9/22/22  
Kapok pake jasa ekspedisi ini, pilih kirim sameday malah dikirim nextday. Padahal dari tangerang ke jakarta. Kurir juga ga bisa dihubungi. Laporan ke wa official balasannya template.

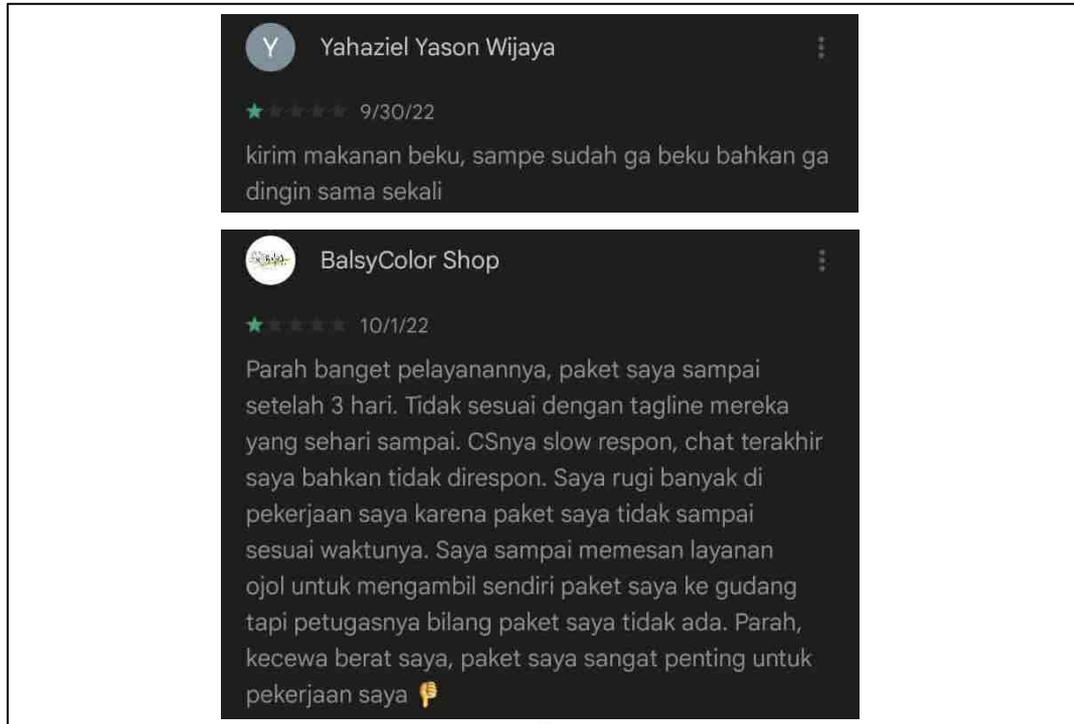
**N** Nana Lia  
★ ★ ★ ★ ★ 9/28/22  
Bad pickup service and the cust service doesn't really give a solution other than waiting. And after suggesting us to wait, they don't even responding

**r** rama  
★ ★ ★ ★ ★ 9/29/22  
jangan mudah percaya layanan same day service nya! meragukan. hotline service di whatsapp ga bisa kasi penjelasan; ditanya apa, jawab apa. barang kiriman ga seberapa. ga responsif, ga progresif!

**Jajan Atmadja**  
★ ★ ★ ★ ★ 9/23/22  
Dan terjadi lg utk yg kesekian kalinya. Layanan sameday jadi layanan next two days.... Yg sy tidak mengerti sudah tahu paketnya dtg telat, mengapa besoknya tidak disegerakan utk dikirim, tidak jadi prioritas utk dikirim??? Tidak willingnessnya utk memperbaiki kesalahan. Apakah anda fikir dgn membayar refund ongkir permasalahan selesai. Ongkos yg harus sy tanggung sebagai UMK lebih besar daripada jumlah nominal refundnya. Buat kami yg pedagang kecil, KEPERCAYAAN itu dpt dinilai besaran rupiah!

Gambar 1.4

*Ratings dan Reviews* Jasa Ekspedisi Paxel Pada *Play Store* (lanjutan)

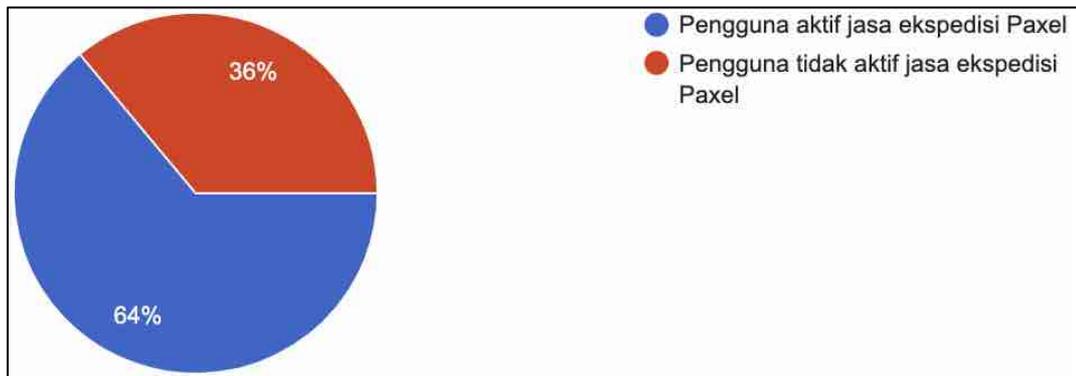


Sumber: Observasi Penulis Pada *Play Store*

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan pada App Store, Google review, dan Play Store, terdapat beberapa permasalahan yang dialami oleh konsumen. Permasalahan yang dihadapi adalah buruknya empati terhadap konsumen oleh *customer service* Paxel, yakni tidak responsif dan sulit dihubungi untuk melakukan pengaduan. Lalu, kurir yang lalai dalam pengantaran dan pengiriman paket yang diterima dalam kondisi yang tidak seharusnya. Serta pengiriman yang tidak sesuai klaim jasa ekspedisi Paxel, yakni tidak tepat waktu. Untuk lebih mendalami hasil observasi yang telah penulis lakukan, penulis melakukan *preliminary research* berupa wawancara kepada 25 orang yang pernah menggunakan aplikasi jasa ekspedisi Paxel. Wawancara penulis lakukan kepada pengguna aktif jasa ekspedisi Paxel, yakni pengguna yang masih aktif menggunakan jasa ekspedisi Paxel hingga saat ini atau selama 6 bulan terakhir, dan pengguna tidak aktif jasa logistik Paxel, yakni pengguna yang pernah menggunakan jasa Ekspedisi Paxel namun saat ini atau selama 6 bulan terakhir sudah tidak lagi melakukan pemakaian jasa ekspedisi Paxel.

Gambar 1.5

Pie Chart Pengguna Jasa Ekspedisi Paxel

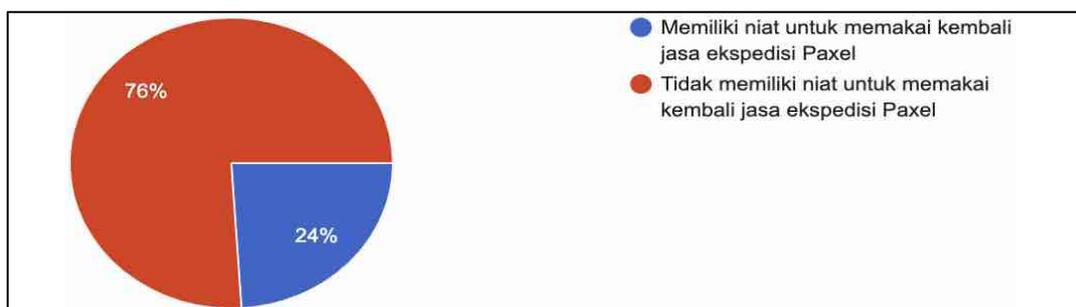


Sumber: Hasil *Preliminary Research* Penulis

Dari hasil wawancara didapati sebanyak 64% konsumen yang aktif dalam pemakaian jasa ekspedisi Paxel. Angka 64% ini mewakili 16 konsumen dari 25 konsumen yang pernah menggunakan Paxel. Selanjutnya, penulis hanya mengajukan pertanyaan kepada pengguna aktif jasa ekspedisi Paxel terkait niat pemakaian ulang jasa ekspedisi Paxel, hal ini dilakukan karena pengguna aktif jasa ekspedisi Paxel lebih bisa menggambarkan kondisi jasa ekspedisi Paxel pada saat ini.

Gambar 1.6

Pie Chart Niat Pakai Ulang Terhadap Jasa Ekspedisi Paxel



Sumber: Hasil *Preliminary Research* Penulis

Sebanyak 76% yaitu 13 konsumen dari 16 konsumen menyampaikan bahwa tidak memiliki niat untuk memakai kembali jasa ekspedisi Paxel. Hasil *preliminary research* yang telah penulis lakukan yakni terpapar pada Gambar 1.5 dan Gambar

1.6 memunculkan gejala bahwa konsumen Paxel memiliki niat pakai ulang yang cukup rendah. Menurut Schiffman & Kanuk (2018:507) niat beli atau niat pakai bisa diartikan seperti suatu rasa senang pada suatu objek yang memberikan dampak suatu individu bersikeras untuk memperoleh objek terkait dengan cara mengeluarkan biaya menggunakan uang dan/atau pengorbanan. Maka dari itu, penulis melakukan pertanyaan lanjutan terkait alasan serta penyebab dari konsumen Paxel yang memberikan dampak dalam rendahnya niat pemakaian ulang jasa ekspedisi Paxel. Berikut merupakan tabel berisikan alasan serta penyebab rendahnya niat pemakaian ulang jasa ekspedisi Paxel berdasarkan hasil wawancara yang telah penulis lakukan.

Tabel 1.1  
Hasil *Preliminary Research* Terkait Alasan  
Niat Pakai Ulang Penggunaan Jasa Ekspedisi Paxel

Alasan Niat Pakai Ulang yang Rendah	Jumlah
Durasi pengiriman tidak sesuai	4
<i>Customer service</i> tidak memiliki empati terhadap konsumen	3
Kurang paham dalam pemakaian aplikasi jasa ekspedisi Paxel	1
Biaya relatif lebih mahal	1
Layanan tidak sesuai dengan klaim	2
Informasi yang diberikan simpang siur	2

Sumber: Hasil *Preliminary Research* Penulis

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa alasan yang disampaikan oleh konsumen Paxel meliputi kondisi dimana konsumen menerima pelayanan yang tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh Paxel, yakni lewatnya durasi paket dari pengirim untuk sampai kepada penerima. Hal ini juga memberikan beberapa dampak pada kondisi barang yang dikirim, seperti terdapat paket yang hilang, paket yang dikirimkan tertukar dengan paket pengiriman untuk konsumen lain, hingga paket yang berakhir rusak. Selain itu, ketika menyampaikan pengaduan kepada

*customer service*, bantuan yang diberikan sama sekali tidak menyelesaikan permasalahan konsumen. Responden yang penulis wawancarai menyampaikan bahwa *customer service* yang disediakan oleh Paxel hanya berupa pengaduan via *whatsapp* dan merupakan bot yang menjawab pertanyaan secara otomatis, tidak secara mendetail. Sehingga, pengaduan yang disampaikan tidak ditangani dengan baik dan memuaskan. Respon kekecewaan yang diberikan secara keseluruhan mengarah pada kualitas pelayanan jasa ekspedisi Paxel yang kurang baik. Berdasarkan *service-quality model*, diketahui bahwa terdapat faktor penentu dari suatu kualitas pelayanan yang dicetuskan oleh Parasuraman *et al.* (1985), diurutkan dari yang terpenting yakni *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*.

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan, penulis kemudian menemukan penelitian terdahulu yang mendukung bahwa adanya pengaruh signifikan dari variabel kualitas pelayanan terhadap variabel niat pakai ulang. Menurut Gefen dalam Efendic & Lajiq (2012:6), kualitas pelayanan adalah perbandingan subjektif yang dibuat pelanggan antara kualitas layanan yang seharusnya diterima dengan apa yang pada realitanya didapatkan. Niat pakai ulang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (Canming & Chen, 2011; J. S. Chou & Kim 2009). Dan disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang penting untuk meningkatkan niat pakai ulang oleh konsumen (Shen *et al.*, 2016). Berdasarkan definisi yang telah dipaparkan, penting bagi Paxel sebagai suatu jasa ekspedisi untuk dapat menjaga kualitas pelayanan yang diberikan guna mempertahankan niat pemakaian ulang oleh konsumen Paxel.

Berdasarkan *preliminary research* berupa wawancara serta observasi pada App Store, Google Review, dan Play Store yang telah penulis lakukan terkait jasa ekspedisi Paxel, penulis menemukan adanya permasalahan dalam kualitas pelayanan yang diberikan oleh jasa ekspedisi Paxel. Hal ini mungkin memberikan dampak lebih lanjut pada konsumen yang enggan menggunakan kembali jasa ekspedisi Paxel, dikarenakan kualitas pelayanan tidak baik yang telah dirasakan oleh konsumen. Berkaitan dengan seluruh hal yang telah penulis paparkan di atas, penulis tertarik untuk meneliti lebih dalam lagi mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Pakai Ulang Konsumen Jasa Ekspedisi Paxel”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang telah penulis teliti diatas, penulis memperoleh rumusan masalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) jasa ekspedisi Paxel?
2. Bagaimana niat pakai ulang jasa ekspedisi Paxel?
3. Bagaimana pengaruh antara kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) terhadap niat pakai ulang jasa ekspedisi Paxel?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dibuat bertujuan untuk:

1. Mengetahui kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) jasa ekspedisi Paxel.
2. Mengetahui niat pakai ulang jasa ekspedisi Paxel.
3. Mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*) terhadap niat pakai ulang jasa ekspedisi Paxel.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, diantaranya:

1. Bagi perusahaan

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi perusahaan untuk memahami permasalahan kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*, serta dapat menerapkan cara pembenahan atau mengevaluasi permasalahan terkait, sehingga perbaikan dapat dilaksanakan dengan sesuai tertuju untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari jasa yang berkaitan dan dapat memberikan dampak positif pada niat pakai ulang jasa terkait

2. Bagi penelitian berikutnya

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebuah referensi serta pengetahuan baru terkait dengan permasalahan kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible*, dari suatu jasa, yang

dapat berdampak pada kemauan niat pakai ulang konsumen dari jasa yang berkaitan.

### 1.5 Kerangka Pemikiran

Suatu perusahaan yang menawarkan jasa pada hal ini yaitu jasa pengiriman terkhusus jasa ekspedisi, perlu memiliki kualitas pelayanan yang baik untuk konsumen. Pengelolaan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan pengaruh positif bagi suatu perusahaan. Mengingat bahwa pada awal mula era pandemi hingga saat ini, pembelian via *online* sangat aktif terjadi, sehingga jasa pengiriman sangat dibutuhkan untuk mengirimkan barang yang dijual via *online* oleh penjual kepada pembeli. Bahkan semenjak pandemi berlangsung dan hingga sampai saat ini, apabila masyarakat memiliki keperluan untuk memberikan suatu barang kepada orang yang dituju, akan lebih memilih menggunakan jasa pengiriman untuk meminimalisir kontak fisik. Sehingga, jasa pengiriman cukup dibutuhkan masyarakat dalam pemenuhan keinginan dan kebutuhan sehari-hari. Maka dari itu, perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan jasa ekspedisi Paxel sehingga konsumen Paxel akan memiliki niat pakai ulang jasa ekspedisi Paxel pada kesempatan selanjutnya dalam pemenuhan kebutuhan konsumen untuk mengirimkan barang.

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun (Kotler & Keller, 2016:452). Kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik produk atau jasa yang tahan pada kemampuannya untuk memuaskan suatu kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler & Keller, 2016:156). Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa sesuatu telah berhasil memberikan kualitas apabila produk atau layanan yang diberikan dapat memenuhi atau melampaui harapan konsumen (Kotler & Keller, 2016).

Berdasarkan *service-quality model*, telah diidentifikasi lima faktor penentu dari suatu kualitas pelayanan yang dicetuskan oleh Parasuraman *et al.* (1985) dalam Kotler & Keller (2016:441), diurutkan dari yang terpenting:

1. *Reliability*, merupakan kemampuan untuk menunjukkan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan.

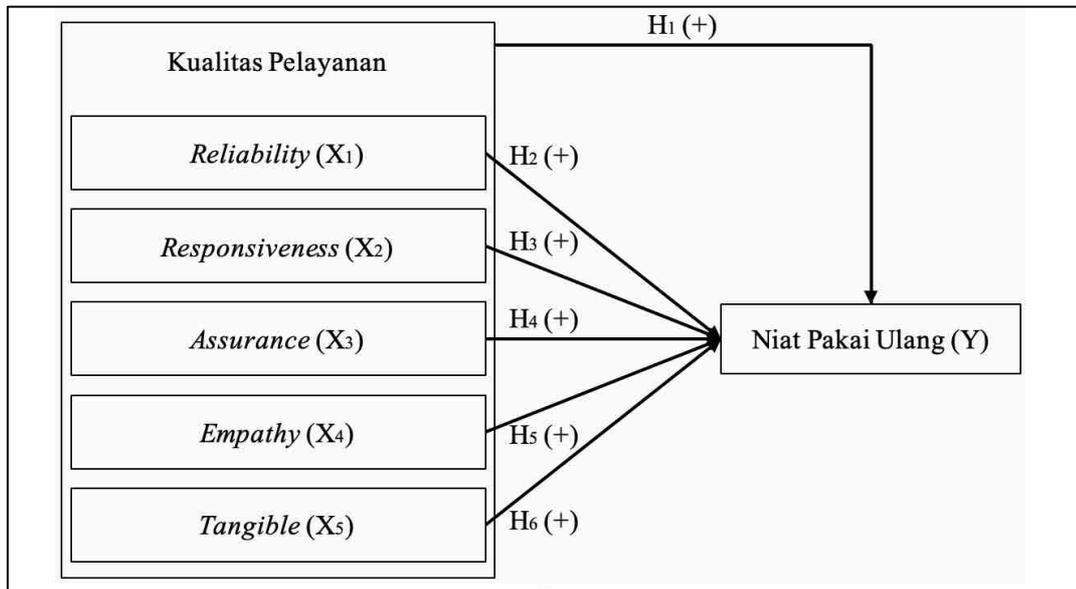
2. *Responsiveness*, merupakan kemampuan untuk membantu serta menyenangkan konsumen dan menyediakan pelayanan yang cekatan.
3. *Assurance*, merupakan pengetahuan dan rasa hormat dari pegawai serta kemampuannya untuk meyakinkan kepercayaan dan keyakinan.
4. *Empathy*, merupakan penyediaan perhatian dan kepedulian secara individu terhadap konsumen.
5. *Tangibles*, merupakan penampilan dari fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan alat komunikasi.

Apabila kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan jasa cukup baik, maka akan mendukung niat pemakaian ulang jasa yang ditawarkan. Ungkapan tersebut dapat ditopang dengan penelitian yang telah dilakukan. Canming & Chen (2011) mengatakan bahwa niat pakai ulang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Shen *et al.* (2016) mengemukakan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang penting untuk meningkatkan niat pakai ulang oleh konsumen. Menurut Schiffman & Kanuk (2018:507) niat beli atau niat pakai bisa diartikan seperti suatu rasa senang pada suatu objek yang memberikan dampak suatu individu bersikeras untuk memperoleh objek terkait dengan cara mengeluarkan biaya menggunakan uang dan/atau pengorbanan.

Dalam penelitian Choi & Sun (2016) niat pakai ulang secara positif berkorelasi dengan kemungkinan keputusan final dalam pembelian (atau pemakaian), yang mengarah pada manfaat ekonomi langsung bagi suatu perusahaan. Niat penggunaan kembali mewakili preferensi subjektif konsumen untuk menggunakan layanan tertentu dan merekomendasikannya kepada keluarga dan teman mereka. Newman dan Werbel (1973) secara empiris membuktikan bahwa jika pengguna tidak puas dengan layanan karena kualitas layanan lebih rendah dari harapannya, maka kemungkinan penggunaan kembali mungkin jauh lebih rendah. Maka dari itu, Poxel sebagai perusahaan jasa ekspedisi perlu menjaga kualitas pelayanan yang akan diberikan pada konsumen untuk mempertahankan niat pakai ulang konsumen Poxel.

Berlandaskan *preliminary research* dan observasi yang telah penulis lakukan, *secondary data*, serta jurnal yang telah penulis dapatkan dan telaah, penulis merangkai suatu model kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 1.7  
Model Penelitian



Sumber: Hasil Studi Literatur Penulis

### 1.6 Hipotesis Penelitian

Berlandaskan model penelitian yang dipaparkan di atas, selanjutnya penulis menguraikan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pakai ulang.

H<sub>2</sub>: Dimensi *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pakai ulang jasa ekspedisi Paxel.

H<sub>3</sub>: Dimensi *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pakai ulang jasa ekspedisi Paxel.

H<sub>4</sub>: Dimensi *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pakai ulang jasa ekspedisi Paxel.

H<sub>5</sub>: Dimensi *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pakai ulang jasa ekspedisi Paxel.

H<sub>6</sub>: Dimensi *tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pakai ulang jasa ekspedisi Paxel.