

## Logistic Service Quality dan Gaya Hidup Generasi Z: Dampaknya terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan di Informa

Alvin Wijaya<sup>1</sup>, Fitri Novika Widjaja<sup>2</sup>, dan Adhika Putra Wicaksono<sup>3</sup>

Universitas Surabaya

[gswalvin@gmail.com](mailto:gswalvin@gmail.com), [fitri@staff.ubaya.ac.id](mailto:fitri@staff.ubaya.ac.id), [adhikaputraw@staff.ubaya.ac.id](mailto:adhikaputraw@staff.ubaya.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Logistic Service Quality* (LSQ) terhadap *Continuous Use Intention* pada konsumen Generasi Z di Indonesia dengan fokus pada pelanggan ritel Informa. Penelitian ini meneliti lima dimensi LSQ yaitu *personal contact quality*, *timeliness*, *order condition*, *order discrepancy handling*, dan *operational information sharing*, serta pengaruhnya terhadap *customer satisfaction* yang kemudian memengaruhi *continuous use intention*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal dan pengumpulan data melalui kuesioner daring kepada responden Generasi Z 152 orang yang pernah berbelanja di Informa baik secara daring maupun luring. Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa dimensi LSQ berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat penggunaan berkelanjutan. Temuan ini menunjukkan pentingnya peningkatan ketepatan waktu layanan, kualitas komunikasi, dan transparansi informasi untuk meningkatkan loyalitas konsumen Gen Z terhadap Informa.

**Kata kunci:** *Logistic Service Quality, Customer Satisfaction, Continuous use intention*

### Abstract

This study aims to analyze the effect of Logistic Service Quality (LSQ) on Continuous Use Intention among Generation Z consumers in Indonesia, focusing on Informa retail customers. This study examines five dimensions of LSQ, namely personal contact quality, timeliness, order condition, order discrepancy handling, and operational information sharing, as well as their impact on customer satisfaction, which in turn influences the intention to use continuously. The study employs a quantitative approach with a causal design, collecting data through an online questionnaire from 152 Generation Z respondents who have shopped at Informa, both online and offline. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method. The results showed that several LSQ dimensions had a significant impact on customer satisfaction, and customer satisfaction in turn had a positive effect on continuous use intention. These findings highlight the importance of enhancing service timeliness, communication quality, and information transparency to foster Gen Z consumer loyalty to Informa.

**Keywords :** *Logistic Service Quality, Customer Satisfaction, Continuous Use Intention*

## PENDAHULUAN

Perkembangan pesat *e-commerce* di Indonesia telah mengubah perilaku belanja masyarakat, terutama pada Generasi Z yang dikenal sangat aktif bertransaksi secara digital Harsono *et al.*, (2022). Berdasarkan laporan *We Are Social & Meltwater* Wiratno, (2023), terdapat 178,9 juta pengguna *e-commerce* di Indonesia atau sekitar 65% dari populasi pada tahun 2023. Lonjakan ini mendorong permintaan akan layanan logistik yang andal, karena logistik menjadi faktor penting dalam menjamin pengalaman berbelanja yang memuaskan. Dalam konteks bisnis modern, kualitas layanan *logistic service quality* berperan penting dalam membentuk *customer satisfaction* dan *continuous use intention* terhadap suatu merek atau platform (Terisha, 2025).

Konsumen masa kini tidak hanya menuntut produk yang berkualitas dan harga yang kompetitif, tetapi juga mengharapkan layanan logistik yang cepat, aman, dan transparan. Menurut Uvet (2020), kualitas logistik yang buruk seperti pengiriman tidak tepat waktu, kondisi barang rusak, atau informasi pengiriman yang tidak jelas dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan pada akhirnya mengurangi niat mereka untuk menggunakan kembali layanan tersebut. Sebaliknya, layanan logistik yang berkualitas dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan kinerja perusahaan karena dengan kualitas layanan logistik yang baik pelanggan akan tertarik untuk menggunakan layanan kembali (Liu *et al.*, 2024; Rashid & Rasheed, 2024). Oleh karena itu, memahami pengaruh LSQ terhadap kepuasan pelanggan dan niat penggunaan berkelanjutan menjadi krusial bagi keberlanjutan bisnis.

Penelitian sebelumnya mengidentifikasi lima dimensi utama dalam LSQ, yaitu *personal contact quality*, *timeliness*, *order condition*, *order discrepancy handling*, dan *operational information sharing* (Pramudita, 2022; Uvet,

2020). Namun, hasil dari berbagai studi menunjukkan adanya perbedaan temuan *research gap* Misalnya, (Uvet, 2020) menemukan bahwa *order discrepancy handling* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara Rashid dan Rasheed (2024) menyebut *timeliness* tidak selalu memberikan dampak positif. Sementara itu, Pramudita *et al.*, (2022) menunjukkan bahwa *order condition* juga bisa berpengaruh negatif tergantung tanggung jawab antara penjual dan pihak logistik. Perbedaan ini menunjukkan masih perlunya kajian lanjutan mengenai bagaimana setiap dimensi LSQ benar-benar mempengaruhi kepuasan pelanggan dan niat penggunaan berkelanjutan.

Dalam konteks Indonesia, Informa merupakan salah satu ritel furnitur terbesar yang tidak hanya menjual produk secara offline, tetapi juga menyediakan layanan logistik internal bagi pelanggan yang berbelanja melalui aplikasi *Informa Mobile* Maulana & Irawan, (2024). Layanan logistik Informa mencakup pengiriman, pemasangan, dan pembaruan informasi pengiriman secara real-time. Namun, hingga kini, penelitian yang berfokus pada persepsi pelanggan Generasi Z terhadap kualitas layanan logistik ritel furnitur seperti Informa masih sangat terbatas. Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (D'Acunto *et al.*, 2025) dikenal memiliki karakteristik sebagai konsumen yang tidak terlalu loyal terhadap merek, sensitif terhadap harga dan waktu, serta memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas layanan (Ghosh *et al.*, 2023). Kondisi ini membuat analisis LSQ pada kelompok ini menjadi relevan dan penting.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini Masih terbatas secara khusus menelaah pengaruh *Logistics Service Quality* terhadap

*Continuous Use Intention*. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap niat penggunaan berkelanjutan, sebagai upaya untuk memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor yang mendorong keberlanjutan perilaku konsumen dalam konteks layanan logistik. dilakukan untuk menjawab bagaimana pengaruh lima dimensi *logistic service quality personal contact quality, timeliness, order condition, order discrepancy handling, dan operational information sharing* terhadap *customer satisfaction*, serta bagaimana *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *continuous use intention* pada pelanggan Generasi Z pengguna layanan logistik Informa di Indonesia.

Dengan menganalisis hubungan antar variabel tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan literatur LSQ dan praktis bagi perusahaan ritel seperti Informa untuk meningkatkan kualitas layanannya agar mampu mempertahankan pelanggan, menciptakan inovasi, dan memperkuat keunggulan kompetitif di tengah persaingan industri logistik dan ritel yang semakin ketat.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Pengaruh *Personal contact quality* berpengaruh positif terhadap *Customer satisfaction*.**

Pramudita *et al.* (2022) menekankan bahwa *personal contact* dengan petugas pelayanan sangat mempengaruhi *customer satisfaction* karena *customer* sangat memperhatikan bagaimana interaksi mereka dengan petugas pelayanan seperti staf bagian logistik dalam perusahaan atau *customer service*. *Customer* akan menilai apakah petugas pelayanan memiliki pengetahuan yang cukup terkait dengan *Logistic service*, memiliki empati atau peduli dengan *customer* yang mengalami kendala dan apakah mereka akan benar-benar membantu dalam menyelesaikan masalah

yang dialami oleh *customer* Putri *et al.* (2024). Sehingga pelayanan staff logistik berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Pentingnya *personal contact quality* antara petugas pelayanan dengan *customer* memunculkan hipotesis pertama, yaitu apakah *personal contact quality* benar memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan *customer satisfaction* terhadap *logistic service quality* yang diberikan oleh perusahaan.

H1: *Personal Contact Quality* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

### **Pengaruh *Timeliness* berpengaruh positif terhadap *Customer satisfaction*.**

*Timeliness* menjadi salah satu faktor penting dalam *Logistic service quality* karena dapat mempengaruhi persepsi *customer* terhadap kualitas layanan logistik. Semakin cepat dan tepat waktu dalam proses pengiriman barang maka tingkat kepuasan *customer* terhadap *logistic service* yang diberikan juga akan semakin tinggi dalam (Putri *et al.*, 2024; Uvet, 2020).

H2: *Timeliness* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

### **Pengaruh *Order condition* berpengaruh positif terhadap *Customer satisfaction*.**

*Order condition* yang memiliki pengaruh dalam menentukan *logistic service quality* juga memiliki hubungan positif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Uvet, 2020). Jika barang yang dipesan oleh *customer* sampai dengan kondisi yang baik maka kepuasan pelanggan dapat meningkat, tetapi jika barang sampai dengan kondisi yang rusak, cacat atau tidak sesuai maka akan meningkatkan ketidakpuasan oleh *customer* walau pengiriman barang sampai dengan tepat waktu. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan hasil penelitian dalam Pramudita *et al.* (2022).

H3: *Order condition* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

**Pengaruh *Order discrepancy handling* berpengaruh positif terhadap *Customer satisfaction*.**

*Order discrepancy handling* memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan *customer satisfaction* (Pramudita, 2022; Rashid & Rasheed, 2024). Hal ini dikarenakan dimensi ini menentukan bagaimana *logistic service quality* berdasarkan persepsi *customer*. Semakin baik perusahaan dalam menangani order discrepancy maka akan meningkatkan *customer satisfaction* terhadap kualitas dari *logistic service* yang diberikan oleh perusahaan.

H4: *Order discrepancy handling* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

**Pengaruh *Operational information sharing* berpengaruh positif terhadap *Customer satisfaction*.**

memberikan informasi pada *customer* dapat membantu meningkatkan *customer satisfaction* karena *customer* akan merasa lebih puas dengan pelayanan informasi yang diberikan oleh perusahaan karena ekspektasi mereka terhadap *logistic service quality* perusahaan terpenuhi menurut Hasil penelitian (Uvet, 2020) dan (Rashid & Rasheed, 2024).

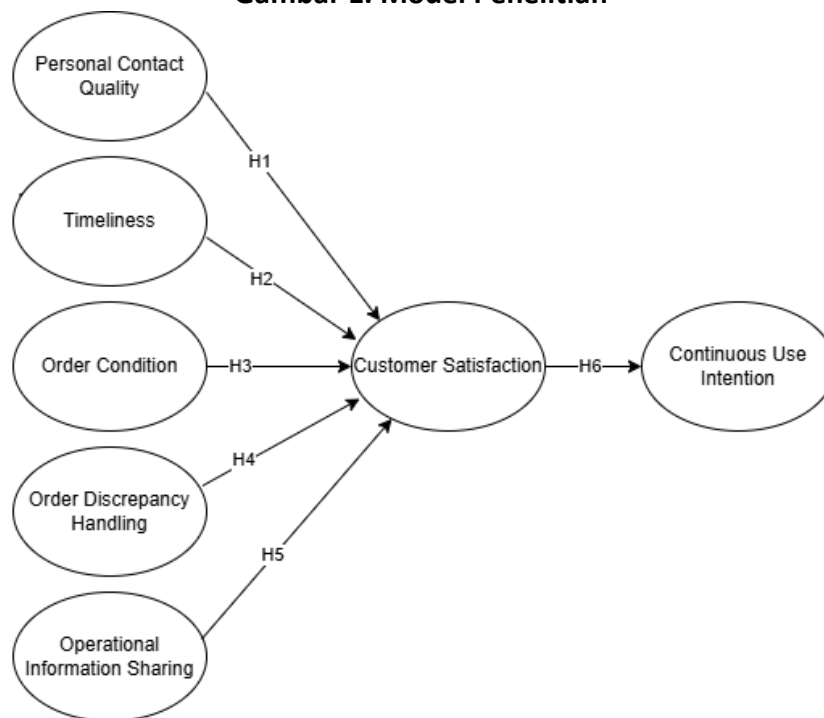
H5: *Operational information sharing* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*.

**Pengaruh *Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Continuous use intention***

Menurut penemuan dari penelitian Liu *et al.*, (2024), salah satu faktor yang mempengaruhi *continuous use intention* adalah *customer satisfaction* yang terbukti memiliki pengaruh positif dalam meningkatkan niat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Didukung dengan teori Post-Acceptance Model of IS Continuous (PAM-ISC) dalam penelitian tersebut, evaluasi pasca penggunaan terkait layanan yang diberikan seperti kepuasan dari *customer* mempengaruhi keputusan dari *customer* untuk terus menggunakan layanan atau berhenti. Sehingga kepuasan pelanggan dan niat untuk terus menggunakan layanan (dalam konteks penelitian tersebut adalah logistik crowdsourcing) akan meningkat jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan berkualitas tinggi. Menurut penelitian dari Ramadhan & Puspita (2025) penggunaan berkelanjutan sangat dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan ketika pelanggan ber ekspektasi dan terpenuhi maka keinginan untuk menggunakan kembali layanan atau produk tersebut akan meningkat secara signifikan.

H6: *Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *continuous use intention*

**Gambar 1. Model Penelitian**



**Sumber : Olah Data Smart PLS, 2025**

## METODE

Pendekatan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif untuk mengolah data berbentuk numerik. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah basic research dan causal research. Menurut Murhadi (2025) menjelaskan bahwa basic research dilakukan untuk menguji keabsahan teori bisnis yang bersifat umum serta memperdalam pemahaman terhadap fenomena tertentu. Sementara, causal research menjelaskan hubungan yang saling terikat karena adanya sebab akibat dari setiap variabel. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna layanan logistik service quality Informa di Indonesia, yaitu pelanggan yang pernah melakukan transaksi di Informa dan telah menggunakan layanan logistik yang disediakan oleh perusahaan tersebut. Mereka berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang telah disediakan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, yang diperoleh secara langsung dari responden melalui metode self-report dengan

instrumen berupa kuesioner (Cooper & Schindler, 2014). Kuesioner dalam penelitian ini berisi sejumlah pernyataan yang disebar kepada 152 orang dan diukur menggunakan skala Likert 1 hingga 5, di mana angka 1 menunjukkan “sangat tidak setuju” dan angka 5 menunjukkan “sangat setuju”, sedangkan nilai di antaranya mencerminkan tingkat persetujuan yang beragam. Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei.

Metode pengolahan data yang akan digunakan oleh peneliti logistik metode SEM (Structural Equation Modelling). Metode penelitian SEM merupakan logistik analisis *Logistic* untuk menguji dan mengestimasi hubungan antara logistik konstruk yang tidak terukur secara langsung dan logistik terukur (*Logistic*) (Rigdon *et al.*, 2017). Metode SEM terdiri dari dua jenis model, yaitu CB-SEM (Covariance Based-Structural Equation Modelling) dan PLS-SEM (Partial Least Squares- Structural Equation Modelling). Model yang akan digunakan PLS-SEM dikarenakan model ini lebih sesuai untuk

mengukur *Logistic* endogen yang melibatkan konstruk yang tidak dapat diukur secara langsung dan memerlukan *Logistic* sebagai alat ukur. Berisi desain penelitian, uraian cara – cara pelaksanaan penelitian mencakup populasi dan sampel, Instrumen dan cara pengumpulan data, teknik analisis data. Hasil menyajikan karakteristik data dan temuan – temuan penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden penelitian (Tabel1) pengguna layanan logistik Informa di Indonesia dengan berbagai kriteria sebagai berikut yakni jenis kelamin, umur, Frekuensi penggunaan layanan logistik Informa, channel Ketika melakukan transaksi pembelian di Informa. Berdasarkan jenis kelamin nya pria 40 orang (26%) dan wanita 112 orang setara dengan (74%). Data yang diperoleh dari responden dengan total 152 orang memberikan hasil bahwa pengguna layanan logistik Informa didominasi dengan rentan umur 19 – 23 tahun 129 orang (85%) diikuti dengan 24 – 28 tahun 15 orang (10%) dan 8 orang untuk umur 13 – 18 tahun 8 orang (5%). Sedangkan penggunaan layanan logistik Informa 1-2 kali yakni 78 orang (51%) lalu 3 – 4 kali yakni 66 orang dengan persentase (43%) dan untuk frekuensi lebih dari 5 kali terdapat 8 orang (5%). Untuk karakteristik responden yang terakhir terdapat pembelian offline langsung di store 106 orang (70%) online melalui aplikasi “Informa Mobile” sebanyak 40 orang (26%) dan online melalui e-commerce Informa 6 orang (4%).

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

Kategori		Frekuensi	%
Jenis Kelamin	Pria	40	26%
	Wanita	112	74%
Umur	13 – 18 thn	8	5%
	19 – 23 thn	129	85%
	24 – 28	15	10%

	thn		
Penggunaan	1 – 2 kali	78	51%
	3 – 4 kali	66	43%
	>5 kali	8	5%
Channel	Offline store	106	70%
	Informa Mobile	40	26%
	E-commerce	6	4%

**Sumber tabel: Data Penelitian, 2025**

### 1. Outer Model

#### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur variabel yang dimaksud. Pada analisis menggunakan SmartPLS, pengujian validitas dilakukan melalui discriminant validity. Suatu indikator dinyatakan valid apabila nilai cross loading dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,70, yang menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki kemampuan pengukuran yang baik terhadap konstruksinya (Sanaky *et al.*, 2021).

**Tabel 2. Nilai Outer Loading**

Indicator	CS	Description
CS1	0.889	Valid
CS2	0.8770	Valid
CS3	0.906	Valid
CUI1	0.852	Valid
CUI2	0.707	Valid
CUI3	0.878	Valid
OC1	0.889	Valid
OC2	0.922	Valid
ODH1	0.891	Valid
ODH2	0.885	Valid
ODH3	0.898	Valid
OIS1	0.902	Valid
OIS2	0.893	Valid
OIS3	0.904	Valid
OIS4	0.862	Valid

PCQ1	0.874	Valid
PCQ2	0.860	Valid
PCQ3	0.839	Valid
T1	0.876	Valid
T2	0.877	Valid
T3	0.748	Valid

Ket: CS= *Customer Satisfaction*, CUI= *Continuous Use Intention*, OC= *Order Condition*, ODH= *Order Discrepancy Handling*, OIS= *Operational Information Sharing*, PCQ= *Personal Contact Quality*, T= *Timeliness*

**Sumber tabel: Data Penelitian, 2025**

### UJI REABILITAS

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui dan memastikan apakah indikator yang digunakan sebagai pengukuran memberikan hasil yang stabil dan relatif sama walau diuji secara berulang. Uji reliabilitas disini 44 diukur dengan standar jika Composite Reliability (CR) berada di kisaran > 0,70 - 0,90 maka akan dianggap ideal karena indikator memiliki hubungan yang kuat dengan variabel konstruk. Jika 0,60 - 0,70 maka diterima untuk eksploratori tetapi jika > 0,90 maka ada kemungkinan indikator terlalu mirip yang dapat menyebabkan redudansi (Hair *et al.*, 2021).

**Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas dan AVE(Average Variance Extracted)**

Item	CA	CR	AVE
<i>Customer Satisfaction</i>	0.870	0.920	0.793
<i>Continuous Use Intention</i>	0.750	0.855	0.666
<i>Order Condition Order Discrepancy Handling</i>	0.782	0.901	0.820
<i>Operational Information Sharing</i>	0.870	0.920	0.794
<i>Personal Contact Quality</i>	0.913	0.939	0.793
	0.821	0.893	0.736

*Timeliness* 0.787 0.874 0.699

Ket: CA = *Cronbach Alpha*, CR = *Composite Reliability*, AVE = *Average Variance Extracted*

**Sumber tabel: Data Penelitian, 2025**

### INNER MODEL

R Square dan Adjusted R Square digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam suatu model penelitian. Nilai R Square berada pada rentang 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1 menunjukkan tingkat pengaruh yang semakin kuat. Secara umum, nilai R Square dikategorikan menjadi tiga tingkat, yaitu 0,75 (kuat), 0,50 (sedang), dan 0,25 (lemah) (Murhadi, 2025).

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Variabel	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
<i>Customer Satisfaction</i>	0.740	0.732
<i>Continuous Use Intention</i>	0.410	0.406

**Sumber tabel: Data Penelitian, 2025**

### HIPOTESIS

Pengujian hipotesis dilakukan dengan memperhatikan nilai p-value untuk menyimpulkan apakah hubungan antar variabel dalam penelitian signifikan sehingga hipotesis tersebut diterima atau ditolak. Ketentuan hipotesis diterima ketika nilai p-value  $\leq 0,05$  (Murhadi, 2025). Hipotesis dinyatakan signifikan jika nilai t-statistics  $\geq 1,96$  dengan nilai  $\alpha$  sebesar 5%. Kemudian jika nilai dari cross loadings  $< 0,7$  maka indikator akan dianggap tidak valid dan dihapus dalam penelitian ini.

Hasil uji hipotesis menunjukkan *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan positif terhadap *continuous use intention* dengan nilai 0.000 dapat

disimpulkan jika hipotesis diterima Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Liu *et al.*, (2024), salah satu faktor utama yang memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan (*continuous use intention*) adalah kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), yang terbukti memberikan pengaruh positif terhadap keinginan pelanggan untuk terus menggunakan suatu layanan. Berdasarkan teori Post-Acceptance Model of IS Continuance (PAM-ISC), evaluasi yang dilakukan pelanggan setelah menggunakan layanan, seperti tingkat kepuasan yang dirasakan, akan menentukan keputusan mereka untuk melanjutkan atau menghentikan penggunaan layanan tersebut. Dengan demikian, kepuasan

pelanggan serta niat untuk terus menggunakan layanan—khususnya dalam konteks layanan logistik berbasis crowdsourcing—akan meningkat apabila perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan yang tinggi. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Rashid & Rasheed, 2024) yang juga menunjukkan adanya pengaruh positif antara kepuasan pelanggan dan niat penggunaan berkelanjutan.

**Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis**

	(O)	(M)	(STDEV)	T Statistics	P Values	Ket
CS -> CUI	0.640	0.635	0.076	8.457	0.000	Diterima
OC -> CS	0.025	0.029	0.072	0.346	0.729	Ditolak
ODH -> CS	0.256	0.249	0.095	2.689	0.007	Diterima
OIS -> CS	0.262	0.263	0.067	3.912	0.000	Diterima
PCQ -> CS	0.237	0.236	0.077	3.082	0.002	Diterima
T -> CS	0.256	0.257	0.076	3.361	0.001	Diterima

Ket: O= Original Sample, M= Sample Mean, STDEV= Standard Deviation

**Sumber tabel: Data Penelitian, 2025**

Pengaruh dari *Order condition* terhadap *customer satisfaction* yang telah diuji tidak berpengaruh positif pada *customer satisfaction* dengan nilai 0,729 > 0,05 yang berarti *Order condition* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna Informa di Indonesia. Hasil pengujian ini tidak didukung dari penelitian yang terdahulu *Order condition* yang memiliki pengaruh dalam menentukan

*Logistic service quality* juga memiliki hubungan positif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Uvet, 2020). Pengujian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian Pramudita *et al.*, (2022) Penelitian tersebut menjelaskan bahwa "*Order condition* tidak memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan." Temuan ini mengindikasikan bahwa pelanggan hanya

akan merasa puas apabila produk yang mereka terima berada dalam kondisi baik, utuh, dan tidak mengalami kerusakan selama proses pengiriman.

Uji hipotesis dari *Order discrepancy handling* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dengan nilai  $0,007 < 0,05$  yang berarti bahwa *Order discrepancy handling* berpengaruh signifikan positif terhadap *Customer Satisfaction* Informa Pelanggan menilai bahwa Informa telah memberikan pelayanan yang baik dalam proses pengembalian produk serta penanganan masalah pengiriman. Hal ini terlihat dari beberapa aspek layanan, seperti kemudahan dalam melaporkan pesanan yang tidak sesuai, melakukan prosedur pengembalian produk, serta menyampaikan keluhan. Selain itu, Informa dinilai tanggap dalam mengatasi kendala pengiriman dan memberikan solusi yang sesuai tanpa membebankan biaya tambahan kepada pelanggan. Dengan demikian, kualitas layanan pengembalian dan penanganan keluhan di Informa dapat dikatakan sudah berjalan dengan efektif dan efisien. *Order discrepancy handling* memiliki pengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction* sebagaimana dijelaskan oleh (Rashid & Rasheed, 2024) serta Pramudita *et al.*, (2022). Aspek ini mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu menangani ketidaksesuaian pesanan dengan cepat, tepat, dan profesional. Kemampuan perusahaan dalam menindaklanjuti permasalahan pesanan secara efektif akan meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan logistik serta mendorong tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Sebaliknya, apabila penanganan keluhan atau ketidaksesuaian pesanan dilakukan secara lambat dan kurang responsif, hal tersebut dapat menimbulkan ketidakpuasan dan menurunkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Dari hasil uji hipotesis *Operational information sharing* berpengaruh signifikan positif terhadap *Customer Satisfaction*

dengan hasil nilai  $0,000 > 0,05$  didukung dari hasil penelitian Menurut (Uvet, 2020) serta (Rashid & Rasheed, 2024), pemberian informasi yang jelas dan tepat kepada pelanggan berperan penting dalam meningkatkan *customer satisfaction*. Ketika perusahaan mampu menyediakan layanan informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan, maka ekspektasi mereka terhadap kualitas layanan logistik akan terpenuhi. Selain itu, sistem informasi logistik yang efektif melibatkan pertukaran data secara internal maupun eksternal dapat memperkuat persepsi positif pelanggan terhadap kualitas layanan logistik yang diberikan, sehingga berdampak langsung pada peningkatan tingkat kepuasan pelanggan.

*Personal contact quality* berpengaruh signifikan positif dengan nilai  $0,002 > 0,05$  Kualitas komunikasi secara personal berpengaruh dalam melihat bagaimana *Logistic service quality* yang diberikan oleh perusahaan di mata *customer* Informa. Semakin berkualitasnya komunikasi yang diberikan antara petugas pelayanan kepada *customer* tentu dapat meningkatkan kualitas dari *Logistic service* sehingga kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Hasil penelitian ini Didukung oleh Parasuraman *et al.*, (1985) dalam (Uvet, 2020), komunikasi antara *customer* dengan petugas layanan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dikarenakan komunikasi yang baik diantara keduanya dapat meningkatkan harapan atau ekspektasi *customer* terhadap kualitas dari pelayanan, salah satunya terkait *Logistic service* yang diberikan oleh perusahaan sehingga berpengaruh pada kepuasan mereka.

Hasil penelitian *Timeliness* berpengaruh signifikan positif  $0,001 > 0,05$  yang berarti ketepatan kedatangan

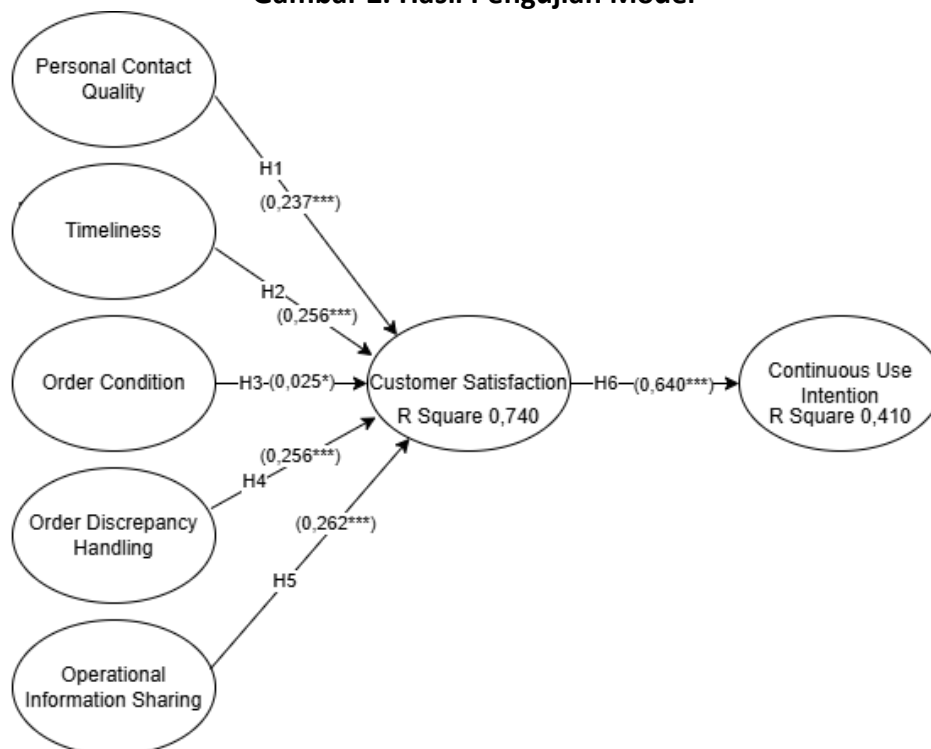
waktu mempengaruhi kepuasan pelanggan didukung penelitian Menurut Metzger & Dollard (1999) dalam (Uvet, 2020), *timeliness* menjadi salah satu faktor penting dalam *Logistic service quality* karena dapat mempengaruhi persepsi *customer* terhadap kualitas layanan logistik. Semakin cepat dan tepat waktu dalam proses pengiriman barang maka tingkat kepuasan *customer* terhadap *Logistic service* yang diberikan juga akan semakin tinggi.

### HASIL MODEL PENELITIAN

Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS) versi 3.0. Tahapan outer model

analysis bertujuan untuk menilai kelayakan instrumen pengukuran yang digunakan, sehingga dapat dipastikan bahwa seluruh indikator bersifat valid dan reliabel. Pengujian dilakukan melalui empat tahap utama, yaitu convergent validity, discriminant validity, composite reliability, dan Cronbach's alpha. Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada Gambar 2, seluruh indikator menunjukkan nilai factor loading di atas 0,5, yang berarti instrumen tersebut memenuhi kriteria pengukuran dan dapat digunakan dalam tahap analisis berikutnya.

Gambar 2. Hasil Pengujian Model



Sumber: Olah Data Smart PLS, 2025

### KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan logistik *Logistics Service Quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan *Customer Satisfaction* dan niat penggunaan berkelanjutan *Continuous Use Intention* pada pengguna layanan logistik Informa di kalangan Generasi Z. Nilai  $R^2$  kepuasan pelanggan sebesar 0,740 menunjukkan pengaruh yang

kuat, sementara  $R^2$  niat penggunaan berkelanjutan sebesar 0,410 menunjukkan pengaruh sedang. Temuan ini menegaskan bahwa semakin baik dimensi LSQ seperti *timeliness*, *order condition*, dan *information sharing*, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang berdampak pada peningkatan niat mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut

## KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepercayaan pelanggan *customer trust*, nilai yang dirasakan *perceived value*, atau *perceived risk* untuk memperluas pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian mendatang juga dapat menggunakan pendekatan longitudinal guna menilai perubahan persepsi pelanggan dari waktu ke waktu serta memperluas konteks penelitian ke sektor logistik dan ritel lainnya agar hasil penelitian lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan secara lebih

## DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). Business Research Methods, Donald R. Cooper & Pamela S. Schindler. In *Business Research Methods* (Vol. 12).
- D'Acunto, D., Filieri, R., & Okumus, F. (2025). The Gen Z attitude-behavior gap in sustainability-framed eWOM: A generational cohort theory perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 129(March), 104194. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104194>
- Ghosh, P., Jhamb, D., & Dhiman, R. (2023). Measuring QSR service quality on behavioral intentions of Gen Z customers using QUICKSERV—Mediating Effect of service value and satisfaction. 0–27.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Mediation Analysis*. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_7)
- Harsono, S., Haripraditya, N. T., & Soleh, M. A. R. (2022). Perilaku belanja online dan niat beli pada generasi “Z” di Indonesia. *Journal of Business and Banking*, 12(1), 143. <https://doi.org/10.14414/jbb.v12i1.311>
- Liu, Y., Shang, M., Jia, C., Lim, X. J., & Ye, Y. (2024). Understanding consumers' continuous-use intention of crowdsourcing Logistics services: Empirical evidence from China. *Heliyon*, 10(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29819>
- Maulana, M. A. A., & Irawan, M. I. (2024). Inovasi Model Bisnis dan Pengukuran Tingkat Kesiapan Teknologi dalam Mengadopsi Omnichannel (Studi Kasus Informa). *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9(11), 6260–6268. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i11.11758>
- Metzer, J., & Dollard, M. (1999). Psychological Research, Practice, and Production: The Occupational Stress Problem. *Entomologia Experimentalis et Applicata*, 103(3), 239–248. <https://doi.org/10.1023/A>
- Murhadi, W. R. (2025). METODE PENELITIAN: PENDEKATAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Pramudita, A. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Logistik Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: J&T Express Dp Padang Sidempuan). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Poltekpos*, 12(1), 1–9.
- Putri, E. A. S., Subali, S. B. W., & Novika, F. (2024). Pengaruh Logistics Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Lazada Indonesia. 13(November). [http://repository.ubaya.ac.id/43497/%0Ahttp://repository.ubaya.ac.id/43497/3/Siti Rahayu\\_PENGARUH](http://repository.ubaya.ac.id/43497/%0Ahttp://repository.ubaya.ac.id/43497/3/Siti%20Rahayu_PENGARUH)

- LOGISTICS SERVICE QUALITY.pdf*
- Ramadhan, G. I., & Puspita, D. (2025). Faktor yang Mempengaruhi Continuance Intention untuk Menggunakan Pembayaran Elektronik Berbasis Qris. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 6(4), 1541–1558. <https://doi.org/10.47467/elmal.v6i4.7674>
- Rashid, D. A., & Rasheed, D. R. (2024). *Logistics Service Quality and Product Satisfaction in E-Commerce*. *SAGE Open*, 14(1), 1–12. <https://doi.org/10.1177/21582440231224250>
- Rigdon, E. E., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2017). On Comparing Results from CB-SEM and PLS-SEM: Five Perspectives and Five Recommendations. *Marketing ZFP*, 39(3), 4–16. <https://doi.org/10.15358/0344-1369-2017-3-4>
- Sanaky, M. M. (2021). Uji Reabilitas. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439.
- Terisha, F. (2025). *Testing the Influence of Logistics Service Quality on*. 8(2), 5943–5967.
- Uvet, H. (2020). Importance of *Logistics service quality in customer satisfaction: An empirical study*. *Operations and Supply Chain Management*, 13(1), 1–10. <https://doi.org/10.31387/OSCM0400248>
- Wiratno, S. (2023). Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia. *FinAccel*, 1–120. <https://finaccel.co/wp-content/uploads/2022/05/Kredivo-eCommerce-Behavior-Report-2022.pdf>