

**PENGARUH PENANGANAN KLAIM
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
STUDI KASUS PT TIKI JNE CABANG BEKASI**

Sri Yanthy Yosepha
Dosen Tetap Unsurya
yosepha@universitassuryadarma.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Penanganan Klaim Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Tiki JNE Cabang Bekasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu metode *Random Sampling* yaitu tehnik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dimana dalam penelitian ini penulis hanya memilih pelanggan yang telah melakukan klaim ke PT. Tiki JNE Cabang Bekasi untuk di jadikan sampel sebanyak 58 orang. Hasil penelitian diolah dengan program SPSS Versi 22.0 for windows, Hasil Penanganan klaim berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sehingga memberikan pengaruh yang signifikan pada pelanggan dalam kepuasan pelanggan pada PT Tiki JNE Cabang Bekasi.

Kata Kunci :penanganan klaim, kepuasan pelanggan.

PENDAHULUAN

Dalam era pembangunan ini ekspedisi merupakan perusahaan jasa pengangkutan yang cukup handal dalam mata rantai arus barang-barang dari satu tempat ke tempat yang lain. Jasa ekspedisi dapat mengorganisasikan pelaksanaan pengiriman lewat darat, laut dan udara. Sehingga ekspedisi dapat memberikan jasa bagi pertukaran (pengangkutan/penerimaan) barang-barang dengan tarif dan biaya yang didasarkan kepada suatu persetujuan terlebih dahulu dengan pelanggannya atau yang lazim berlaku. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ekspedisi merupakan pengiriman surat, barang, dan sebagainya atau perusahaan pengangkutan barang. Keberadaan jasa ekspedisi dapat memperlancar arus barang secara efisien dengan kecepatan dan ketepatan dalam kegiatan ekspor dan import di perdagangan nasional maupun internasional.

Tabel 1.1.

Industri Pengguna Layanan Ekspedisi

Industri	Presentase
Industri Tekstil	37%
Industri Manufaktur yang memproduksi produk konsumsi	21%
Industri Otomotif	17%
Industri Gas	10%

Sumber : PT Tiki JNE Cabang Bekasi

Dari data tabel diatas pelayanan ekspedisi sangat dibutuhkan dalam dunia industri sehingga setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang ekspedisi harus memiliki keunggulan bersaing agar dapat menjaga eksistensinya pada persaingan industri pengangkutan yang semakin kompetitif.

Namun tidak semua barang yang dikirim dapat sampai dengan aman. Salah satu kasus yang sering muncul dalam pengiriman barang adalah klaim dimana dapat terjadi jika pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman tidak puas akan pelayanan atau kesalahan yang telah dilakukan baik dari pihak *forwarder* maupun pihak lain yang terkait didalamnya. Sehingga perusahaan ekspedisi berlomba-lomba memberikan jaminan ganti rugi jika terjadi keterlambatan, kerusakan bahkan kehilangan kiriman diantaranya adalah PT Tiki JNE pada kiriman paket yang dikirim melalui PT Tiki JNE mendapat jaminan atas layanan purna jual yang sudah terstandarisasi dan menjadi acuan di semua perusahaan ekspedisi di Indonesia baik ekspedisi dalam negeri maupun ekspedisi swasta.

Bentuk komplain bisa hanya keluhan secara tertulis yang mana membutuhkan penanganan professional agar tidak berkembang ke arah klaim atau tuntutan secara material. guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tabel
Ganti Rugi Menggunakan Asuransi dan Tidak
PT TIKI JNE Cabang Bekasi

No	Kondisi	Tidak menggunakan asuransi	Menggunakan asuransi
1	Hilang/rusaks eluruhnya	10 (sepuluh) X biaya pengiriman	100% (seratus persen) X Nilai Jaminan Ganti Rugi ditambah 10 (sepuluh) X biaya pengiriman
2	Hilang/rusaks ebagian	5 (lima) X biaya pengiriman	50% (lima puluh persen) X Nilai Jaminan Ganti Rugi ditambah 5 (lima) X biaya pengiriman
3	Terlambat	50% (lima puluh persen) X biaya pengiriman	1,5(satu koma lima) X biaya Pengiriman

Sumber : Data PT Tiki JNE Cabang Bekasi

Disisi lain kepuasan pelanggan ekspedisi dapat diukur apabila pelanggan dapat menerima barang dengan aman, lengkap dan tidak memberikan klaim terhadap perusahaan ekspedisi yang digunakan, maka pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan.

Rumusan Masalah

Apakah ada Pengaruh Penanganan Klaim terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Tiki JNE Cabang Bekasi.

TINJAUAN PUSTAKA

KLAIM

Klaim adalah tuntutan ganti rugi sehubungan dengan peristiwa kerugian terhadap objek asuransi yang dipertanggungkan. Namun diperusahaan ekspedisi kiriman yang dikirim baik yang diasuransi atau tidak tetap memiliki penanggunggan apabila terjadi resiko dikemudian hari. Premi asuransi yang dibayarkan dalam proses pengiriman barang adalah 0,2% dari nilai harga barang yang dikirimkan. Klaim adalah tuntunan pengakuan atas suatu fakta bahwa seseorang berhak (2001:311).

Klaim (dalam asuransi) adalah sebuah permintaan resmi kepada

perusahaan asuransi, untuk meminta pembayaran berdasarkan ketentuan perjanjian (Arena Putri 2016:12). Klaim yang diajukan akan ditinjau oleh perusahaan untuk validitasnya dan kemudian dibayarkan kepada pihak bertanggung setelah disetujui. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan klaim atau ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

Klaim merupakan pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi dan pemberian ganti rugi tersebut tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan, dimensi klaimnya antara lain :

1. Layanan purnajual

Memberikan garansi kepada pelanggan untuk jaminan apabila terjadi permasalahan setelah transaksi dilakukan.

2. Melayanikeluhan

Menerima keluhan-keluhan pelanggan untuk pelayanan yang telah didapatkan. Contohnya seperti keluhan atas pelayanan yang kurang baik atau kerugian yang telah dialami oleh pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Suharto Abdul Majid (2009:54) kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi yang menggambarkan terpenuhinya, bahkan terlampauinya harapan pelanggan atas suatu produk atau jasa layanan yang dilakukan oleh produsen atau pelakuusaha.

Kepuasan pelanggan adalah tingkatan dimana kinerja anggapan produk sesuai dengan ekspektasi pembeli, maka kepuasan pelanggan terletak pada ekspektasi pelanggan terhadap suatu produk. Pelanggan akan merasa puas jika produk yang mereka konsumsi sesuai dengan yang pelanggan inginkan akan produk tersebut.

Menurut Tjiptono (2002:146) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan

ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Menurut O.C Ferrell dan Michael D. Hartline dalam buku *Marketing Strategy* (2011:154)ada beberapa hal yang pemasar bisa lakukan untuk mengelola kepuasan pelanggan dalam upaya pemasaran mereka, antara lain :

1. Memahami apa yang bisa salah dimatapelanggan
2. Fokus pada isu-isuterkendali
3. Mengelola harapanpelanggan
4. Menawarkan jaminankepuasan
5. Membuatnya mudah bagi pelanggan untukmengeluh
6. Membuat programhubungan
7. Membuat pelanggan mengukur kepuasan prioritas yang sedang berlangsung

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane (2007:177) yang dikutip daribukuManajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan

Berdasarkan hal tersebut penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

Hipotesis

H₀ : Tidak terdapat pengaruh penanganan klaim terhadap kepuasan pelanggan di PT TikiJNE

H_a : Terdapat pengaruh penanganan klaim terhadap kepuasan pelanggan di PT TikiJNE.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif yaitu salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.

Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang mendapatkan menemukan klain pada produk yang dikirim melalui PT Tiki JNE Cabang Bekasi sedangkan Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Random Sampling. Random sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel sebanyak 58 ukuran..

Uji Validitas

Tujuan uji validitas adalah untuk menguji kevalidan item instrumen penelitian. Validitas item kuesioner ini ditentukan dengan rumus koefisien korelasi *Pearson Product Moment* melalui uji t yaitu jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan taraf kepercayaan 95% dan dk $n-2$ sehingga Hasil uji validitas variabel Penanganan Klaim (X), dan Kepuasan Pelanggan mempunyai butir pernyataan masing-masing sebanyak 10, dan butir pernyataan mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,218 untuk $n = 58$ responden $\alpha = 0,05$, maka semua butir pernyataan dapat digunakan untuk instrument pada uji hipotesis dan dinyatakan Valid.

Uji Reliabilitas

Tujuan uji reliabilitas adalah untuk mengukur ketetapan atau keajegan alat ukur dalam mengukur apa yang hendak diukur. Artinya kapan pun alat ukur tersebut digunakan akan memberikan hasil ukur yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten (Ancok dalam Singarimbun dan Effendi, 2011:142-144). Cara mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. (Nunnally, dalam Ghozali, 2009:42). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

Tabel

Uji Reliabilitas Penanganan Klaim an Klaim (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Ket
Klaim (X)	0,825	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,849	0,60	Reliabel

Hasil uji reliabiliti, semua variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ untuk $n = 58$ dengan $\alpha = 0,05$ maka semua butir pernyataan dapat digunakan untuk instrument pada ujhipotesis.

Uji Normalitas

Uji Normalitas data merupakan pengujian asumsi klasik paling utama yang harus dilakukan oleh peneliti. Dalam melakukan penelitian, data harus mendekati distribusi normal. Dalam penelitiannya, Adisetiawan (2011:14) mengungkapkan bahwa tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas ini yaitu tingkat signifikan yang diperoleh $> 0,06$ maka data sampel dari populasi tersebut berdistribusi normal, sebaliknya jika signifikan yang diperoleh $< 0,06$ maka data sampel dari populasi tersebut tidak berdistribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan distribusi pada grafik P-Pplot. Berikut ini hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov Smirnov dan grafik P-P Plot menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 22:

Tabel Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Penangan an Klaim	Kepuasan Pelanggan
N		58	58
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	33.6379	33.2931
	Std. Deviation	8.05398	8.62475
Most Extreme Differences	Absolute	.114	.102
	Positive	.114	.097
	Negative	-.093	-.102
Test Statistic		.114	.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.057 ^c	.200 ^{c,d}

Dari pengujian normalitas dengan uji Kolmogorov Smirnov diperoleh nilai asymp. Sig. untuk $X_1 = 0,200 > 0,05$ maka data dinyatakan normal. Nilai asymp. Sig. untuk $X_2 = 0,190 > 0,05$ maka data dinyatakan normal.

Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan Test for Linearity pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (Deviation from Linearity) lebih dari 0,05.

Tabel

**Uji Linieritas Penanganan Klaim (X)
Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)**

**ANOVA
Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Klaim	Between Groups	(Combined)	3903.967	25	156.159	14.870	.000
		Linearity	3566.101	1	3566.101	339.578	.000
		Deviation from Linearity	337.867	24	14.078	1.341	.217
	Within Groups		336.050	32	10.502		
Total			4240.017	57			

Dari output di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (P Value Sig.) pada baris Deviation from Linearity sebesar 0,391. Karena signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Penanganan Klaim (X) dan Kepuasan pelanggan (Y) terdapat hubungan yang linear.

Uji Hipotesis

Uji t

Berdasarkan uji hipotesis yang telah disebutkan pada bab sebelumnya, langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis penelitian, yaitu :

Tabel

Uji Hipotesis (Uji t)

Correlations

		Kepuasan Pelanggan	<i>Customer service</i>	Klaim
Pearson Correlation	Kepuasan Pelanggan	1.000	.655	.917
	Klaim	.917	.655	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Pelanggan	.	.000	.000
	Klaim	.000	.000	.
N	Kepuasan Pelanggan	58	58	58
	Klaim	58	58	58

Ha: Klaim mempunyai pengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan. Metode pengambilan keputusan pada uji t menggunakan metode signifikansi dengan taraf (α) = 0,05 yaitu jika signifikansi $0,00 > 0,05$ maka hipotesis diterima.

H₀ : Jika signifikansi $\leq 0,05$ maka hipotesis ditolak Priyatno (2010, hlm. 102). Sesuai dengan uji t di atas, didapat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis diterima. Dapat di simpulkan bahwa terdapat pengaruh antara klaim terhadap kepuasan pelanggan adalah pengaruh positif.

PEMBAHASAN

Sesuai dengan uji t di atas, didapat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis diterima. Pengaruh Klaim Terhadap Kepuasan Pelanggan

Ha : Klaim mempunyai pengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan. Metode pengambilan keputusan pada uji t menggunakan metode signifikansi dengan taraf (α) = 0,05 yaitu jika signifikansi $0,00 > 0,05$ maka hipotesis diterima.

H₀ : Jika signifikansi $\leq 0,05$ maka hipotesis ditolak Priyatno (2010, hlm. 102). Sesuai dengan uji t di atas, didapat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis diterima. Dapat di simpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Penanganan Klaim terhadap kepuasan pelanggan adalah pengaruh positif.

ANALISIS PENELITIAN PENANGANAN KLAIM (X) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Penelitian ini dilakukan di PT Tiki JNE Cabang Bekasi dengan 58 responden. Karakteristik responden ini terbagi menjadi tujuh, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, penghasilan, dan berapa lamanya menggunakan jasa JNE.

Untuk berdasarkan jenis kelamin mayoritas pelanggan PT Tiki JNE berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 40 orang atau 66 %, sedangkan responden pria berjumlah 18 orang atau 34%. Hal ini menunjukkan bahwa jenis kelamin wanita sebagai proporsi yang lebih besar dari pada pria yang menggunakan jasa layanan JNE.

Untuk berdasarkan usia mayoritas pelanggan PT Tiki JNE berusia 40 s/d 49 tahun dengan jumlah 26 responden atau 52%, sedangkan yang berusia 20 s/d 29 tahun berjumlah 12 orang atau 10% dan responden yang berusia 30 s/d 39 tahun berjumlah 15 orang atau 30%, dan responden yang berusia diatas >50 tahun berjumlah 4 orang atau 8%. Hal ini

menunjukkan bahwa pelanggan usia 40 s/d 49 tahun merupakan proporsi yang lebih besar dibandingkan pelanggan usia lain yang menggunakan jasa layanan JNE.

Untuk berdasarkan pendidikan mayoritas pelanggan JNE yang paling tinggi adalah tingkat pendidikan Sarjana (S-1) dengan jumlah 39 orang atau 64%, sedangkan pendidikan SLTA Sederajat terdapat sebesar 4 orang atau sebesar 8%. Akademi Diploma terdapat 12 orang atau sebesar 24% dan untuk pendidikan Pasca Sarjana (S-2) terdapat sebanyak 3 orang atau sebesar 4%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang tingkat pendidikannya Sarjana (S-1) merupakan proporsi yang lebih besar dibandingkan pelanggan lain yang menggunakan jasa layanan JNE.

Untuk berdasarkan berapa lama menggunakan jasa JNE, mayoritas pelanggan JNE yang paling lama adalah pelanggan yang menggunakan jasa JNE selama 3-4 tahun yaitu 25 orang atau 43%. Sedangkan pelanggan yang menggunakan jasa JNE selama 1-2 tahun terdapat sebesar 3 orang atau sebesar 5%, pelanggan yang menggunakan jasa JNE selama 2-3 tahun terdapat 10 orang atau sebesar 17% , dan untuk pelanggan yang menggunakan jasa JNE selama lebih dari 4 tahun terdapat sebanyak 20 orang atau sebesar 35%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan yang paling lama adalah pelanggan yang menggunakan jasa JNE selama 3-4 tahun merupakan proporsi yang lebih besar dibandingkan pelanggan lain yang menggunakan jasa layanan JNE.

Variabel klaim (X) memiliki total sebanyak 10 butir pernyataan dan variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki total sebanyak 10 butir pernyataan yang mayoritas respondennya menyatakan setuju. masing-masing butir pernyataan mempunyai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,218 untuk $n = 58$ responden $\alpha = 0,05$, maka semua butir pernyataan dapat digunakan untuk instrument pada uji hipotesis dan dinyatakan Valid. Dalam Uji Reliability, variabel klaim (X_2) mempunyai nilai Cronbach's Alpha $> 0,06$ untuk $n = 58$ dengan $\alpha = 0,05$ maka semua butir pernyataan dapat digunakan untuk instrument pada uji hipotesis. Dari pengujian normalitas dengan uji Kolmogorov Smirnov diperoleh nilai asymp. Sig. untuk $X = 0,190 > 0,05$ maka data dinyatakan normal. Dari Uji Linieritas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (P Value Sig.) pada baris Deviation from Linearity sebesar 0,391. Karena signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Penanganan Klaim (X) dan Kepuasan pelanggan (Y) terdapat hubungan yang linear. Dalam Uji Homogenitas pada variabel penanganan klaim (X) terdapat Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai signifikansi $0,810 > 0,05$ yang artinya varians data bersifat homogen atau populasi-populasi berasal dari varians yang sama. Dalam Uji Parsial (Uji t)

Pengaruh Klaim (X) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) H_a : Klaim mempunyai pengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan. Metode pengambilan keputusan pada uji t menggunakan metode signifikansi dengan taraf (α) = 0,05 yaitu jika signifikansi $0,00 > 0,05$ maka hipotesis diterima, sebaliknya jika signifikansi $\leq 0,05$ maka hipotesis ditolak Priyatno (2010, hlm. 102). Sesuai dengan uji t di atas, didapat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara klaim terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Penanganan klaim berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa PT Tiki JNE memiliki penanganan klaim yang baik dan dapat memberikan pengaruh yang signifikan pada pelanggan dalam kepuasan pelanggan pada PT Tiki JNE Cabang Bekasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Aji Samekto, *Peningkatan Kinerja Perusahaan Ekspedisi Muatan Kapal Laut Melalui Diversifikasi Usaha*. Diambil pada 4 November 2017 dari <http://ejournal.stmt-trisakti.ac.id/index.php/jmtranslog/article/view/3/2/>
- Arikunto, Suharsimi. 2008. *Prosedur Penelitian*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Kotler dan Amstron. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid 1 dan 2, Edisi 12. Jakarta Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong Gary, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid 1 Edisi 12. Jakarta. Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, 2008, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta. Salemba Empat.
- O.C Ferrell dan Michael D. Hartline. 2011. *Marketing Strategy*. Diambil pada 4 November 2017 dari <https://www.amazon.co.uk/Marketing-Strategy-C-Ferrell/dp/1285084799/>
- Philip T. Kotler & Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management* (Global Edition) 15th Edition.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 2016. Bandung. Alfabeta.

Tri Pujadi, Kristianto, Andre Tommy. 2007. *Analisis Untuk Perencanaan Strategi Sistem dan Teknologi Informasi Pada PT. Ritrans Cargo*. Diambil pada 4 November 2017 dari <https://www.scribd.com/doc/63711956/Jurnal-Cargo/>

Tjiptono, F. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Andi Offset. Yogyakarta.

Website resmi JNE. Diambil pada 5 November 2017 dari www.jne.co.id.

Website resmi POS. Diambil pada 5 November 2017 dari

<http://www.posindonesia.co.id/index.php/sejarah-pos/>

Website resmi Wahana Logistic. Diambil pada 7 November dari <https://www.wahana.com/syarat-dan-ketentuan>.