



DOI: <https://doi.org/10.38035/jimt.v7i3>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Membangun Kepercayaan pada Perusahaan Kurir: Peran Logistik Etis, Transparansi Logistik, dan Tata Kelola *Platform* pada Kepercayaan dalam Logistik Melalui Kualitas Layanan Logistik

Rizkyah¹, Agus Purnomo², Melia Eka Setiani³

¹Universitas Logistik dan Bisnis Internasional, Bandung, Indonesia, rizkyahiky@gmail.com

²Universitas Logistik dan Bisnis Internasional, Bandung, Indonesia, aguspurnomo@ulbi.ac.id

³Universitas Logistik dan Bisnis Internasional, Bandung, Indonesia, meliaeaka@ulbi.ac.id

Corresponding Author: rizkyahiky@gmail.com¹

Abstract: *The rapid growth of digital platform-based courier services increases the need for building customer trust that relies not only on operational efficiency, but also on ethical values, transparency of information, and platform governance. This study aims to analyze the influence of ethical logistics, logistics transparency, and platform governance on trust in logistics with logistics service quality as a mediating variable. The research uses a quantitative approach with a survey method of 106 digital courier service users in Indonesia. Data analysis was carried out using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). The results show that ethical logistics, logistics transparency, and platform governance have a positive and significant effect on logistics service quality. Furthermore, logistics service quality significantly influences trust in logistics and mediates the relationship between the independent variables and trust. The model explains 77.5% of the variance in logistics service quality and 68.3% in trust, indicating strong explanatory power. These findings confirm that customer trust in platform-based courier services is formed through service quality influenced by ethical practices, transparency, and effective platform governance.*

Keyword: *Ethical Logistics, Logistics Transparency, Platform Governance, Logistics Service Quality, Logistics Trust, SEM-PLS*

Abstrak: Pesatnya pertumbuhan layanan kurir berbasis *platform* digital meningkatkan kebutuhan untuk membangun kepercayaan pelanggan yang tidak hanya bergantung pada efisiensi operasional, tetapi juga pada nilai-nilai etis, transparansi informasi, dan tata kelola *platform*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh logistik etis, transparansi logistik, dan tata kelola *platform* terhadap kepercayaan terhadap logistik dengan kualitas layanan logistik sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 106 pengguna jasa kurir digital di Indonesia. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa logistik etis, transparansi logistik, dan tata kelola *platform* memiliki efek positif dan signifikan terhadap kualitas layanan logistik. Selain itu,

kualitas layanan logistik secara signifikan mempengaruhi kepercayaan pada logistik dan memediasi hubungan antara variabel independen dan kepercayaan. Model ini menjelaskan 77,5% dari variasi dalam kualitas layanan logistik dan 68,3% dalam kepercayaan, menunjukkan kekuatan penjelasan yang kuat. Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap layanan kurir berbasis *platform* terbentuk melalui kualitas layanan yang dipengaruhi oleh praktik etis, transparansi, dan tata kelola *platform* yang efektif.

Kata Kunci: Logistik Etis, Transparansi Logistik, Tata Kelola *Platform*, Kualitas Layanan Logistik, Kepercayaan Logistik, SEM-PLS

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan digitalisasi bisnis dan *e-commerce* telah mendorong transformasi yang signifikan dalam industri logistik, terutama dalam layanan kurir berbasis *platform* digital. Perusahaan kurir tidak lagi hanya berfungsi sebagai penyedia layanan pengiriman barang, tetapi telah menjadi bagian strategis dari rantai nilai yang menentukan keberhasilan transaksi dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Dalam konteks ini, kepercayaan pelanggan terhadap logistik merupakan aset tidak berwujud yang sangat penting karena berhubungan langsung dengan loyalitas pelanggan, keberlanjutan hubungan bisnis, dan reputasi perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat (Al-Mu'ani et al., 2024).

Dalam literatur manajemen logistik, kualitas layanan logistik (LSQ) dipandang sebagai penentu utama dalam membangun kepercayaan pelanggan. LSQ mencakup berbagai dimensi, seperti ketepatan waktu pengiriman, keandalan layanan, keamanan barang, keakuratan informasi, dan kemampuan perusahaan untuk menangani keluhan pelanggan secara efektif (Do et al., 2023). Kualitas layanan logistik yang konsisten dan andal telah terbukti berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan, terutama dalam konteks layanan kurir berbasis *platform* digital.

Meskipun demikian, kualitas layanan logistik tidak dapat berdiri sendiri tanpa didukung oleh nilai-nilai etika dan transparansi. Logistik etis mengacu pada penerapan prinsip-prinsip kejujuran, keadilan, tanggung jawab sosial, dan kepatuhan terhadap peraturan dalam semua kegiatan logistik (Carter & Rogers, 2020). Varuna (2024) menegaskan bahwa praktik logistik yang tidak etis, seperti manipulasi informasi pengiriman, perlakuan tidak adil terhadap mitra kurir, atau pengabaian keselamatan kerja, dapat merusak kepercayaan pelanggan meskipun perusahaan mampu memberikan layanan yang cepat dan murah. Dengan demikian, etika logistik berfungsi sebagai landasan moral yang memperkuat legitimasi dan persepsi perusahaan terhadap kualitas layanan.

Selain etika, transparansi logistik juga berperan penting dalam membangun kepercayaan pelanggan. Transparansi logistik mencakup keterbukaan dan kejelasan informasi mengenai status pengiriman, biaya layanan, kebijakan operasional, serta mekanisme penanganan masalah (Yazıcılar Sola & Güzel, 2025). Di era digital, pelanggan menuntut akses informasi yang real-time, akurat, dan mudah dipahami. Chen et al. (2022) menunjukkan bahwa transparansi informasi logistik mampu mengurangi ketidakpastian dan persepsi risiko, sehingga meningkatkan keandalan layanan dan memperkuat kepercayaan pelanggan.

Selain itu, dalam konteks perusahaan kurir berbasis *platform* digital, tata kelola *platform* menjadi faktor yang semakin penting. Tata kelola *platform* mengacu pada sistem aturan, kebijakan, mekanisme pengawasan, dan struktur pengambilan keputusan yang mengatur interaksi antara perusahaan, mitra kurir, dan pelanggan (Tiwana et al., 2020). Sun et al. (2025) menyatakan bahwa tata kelola *platform* yang lemah berpotensi menyebabkan konflik kepentingan, ketidakadilan, dan tanggung jawab yang tidak jelas, yang pada akhirnya menurunkan kualitas layanan dan kepercayaan pengguna. Sebaliknya, *platform* tata kelola yang

kuat dan transparan mampu menciptakan lingkungan layanan yang adil, konsisten, dan dapat dipercaya.

Meskipun berbagai penelitian telah meneliti hubungan antara kualitas layanan logistik dan kepercayaan pelanggan, meskipun penelitian sebelumnya telah meneliti secara ekstensif kualitas layanan logistik dan kepercayaan pelanggan, beberapa kesenjangan penelitian penting tetap ada. Pertama, sebagian besar studi yang ada berfokus terutama pada dimensi operasional dan teknis kualitas layanan logistik, seperti ketepatan waktu, keandalan, dan akurasi pengiriman (misalnya, Do et al., 2023). Perhatian terbatas telah diberikan untuk mengintegrasikan logistik etis, transparansi logistik, dan tata kelola *platform* sebagai anteseden strategis kualitas layanan dalam satu model komprehensif.

Kedua, penelitian tentang logistik etis dan transparansi logistik sebagian besar dilakukan dalam konteks keberlanjutan atau B2B (Carter & Rogers, 2020; Varuna, 2024), sementara investigasi empiris dalam layanan kurir berbasis *platform* digital, khususnya di negara berkembang, masih terbatas. Ketiga, meskipun hubungan antara kualitas layanan logistik dan kepercayaan telah dikonfirmasi secara luas, mekanisme mediasi di mana logistik etis, transparansi, dan tata kelola mempengaruhi kepercayaan melalui kualitas layanan logistik jarang diuji secara empiris menggunakan model struktural integratif.

Oleh karena itu, diperlukan kajian komprehensif yang secara bersamaan mengkaji peran logistik etis, transparansi logistik, dan tata kelola *platform* dalam membentuk kepercayaan pelanggan melalui peran mediasi kualitas layanan logistik dalam layanan kurir digital. Berdasarkan uraian ini, permasalahan utama dalam penelitian ini adalah kurangnya pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana logistik etis, transparansi logistik, dan tata kelola *platform* bersama-sama mempengaruhi kepercayaan pelanggan melalui kualitas layanan logistik dalam konteks perusahaan kurir berbasis *platform* digital. Dalam penelitian ini, bertujuan untuk menganalisis peran logistik etis, transparansi logistik, dan tata kelola *platform* dalam membentuk kepercayaan terhadap layanan logistik melalui kualitas layanan logistik sebagai variabel mediasi pada perusahaan kurir berbasis *platform* digital.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pengembangan model konseptual integratif yang menggabungkan logistik etis, transparansi logistik, dan tata kelola *platform* sebagai penentu kepercayaan pelanggan dengan kualitas layanan logistik sebagai mekanisme mediasi. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung memisahkan aspek operasional, etika, dan tata kelola, penelitian ini menyajikan pendekatan holistik dalam menjelaskan proses membangun kepercayaan pada industri kurir digital.

Secara teoritis, penelitian ini memperluas literatur tentang logistik dan manajemen layanan dengan memposisikan etika, transparansi, dan tata kelola *platform* sebagai anteseden strategis kualitas layanan dan kepercayaan. Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi bagi manajemen perusahaan kurir dalam merancang strategi peningkatan kualitas layanan berdasarkan nilai-nilai etika, keterbukaan informasi, dan tata kelola *platform* yang efektif untuk membangun kepercayaan pelanggan secara berkelanjutan.

Kepercayaan pada Logistik

Kepercayaan terhadap layanan logistik didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan bahwa penyedia layanan mampu memberikan layanan secara konsisten, andal, dan sesuai dengan harapan, serta bertindak jujur dan bertanggung jawab dalam setiap proses pengiriman. Dalam konteks logistik digital, kepercayaan menjadi semakin penting karena tingginya ketergantungan pelanggan pada *platform* digital dan sistem informasi (McKnight et al., 2020).

Kualitas Layanan Logistik (LSQ)

Dimensi LSQ meliputi ketepatan waktu, keandalan, keamanan pengiriman, akurasi informasi, dan kemampuan penanganan keluhan (Do et al., 2023). LSQ berfungsi sebagai

variabel mediasi dalam penelitian ini, karena kualitas layanan adalah pengalaman langsung yang dirasakan pelanggan sebelum kepercayaan terbentuk.

Logistik Etis (EL)

Logistik etis mencerminkan penerapan prinsip-prinsip etika, kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam semua kegiatan logistik. Carter dan Rogers (2020) menekankan bahwa praktik logistik etis berkontribusi pada legitimasi organisasi dan keberlanjutan hubungan dengan pelanggan.

Transparansi Logistik (LT)

Transparansi logistik mengacu pada tingkat keterbukaan dan kejelasan informasi yang diberikan perusahaan kepada pelanggan mengenai proses pengiriman, status barang, kebijakan layanan, dan mekanisme penanganan masalah. Chen et al. (2022) menunjukkan bahwa transparansi informasi mampu mengurangi ketidakpastian dan persepsi risiko pelanggan, sehingga meningkatkan persepsi kualitas dan kepercayaan layanan.

Tata Kelola Platform (PG)

Tata kelola *platform* didefinisikan sebagai sistem aturan, kebijakan, dan mekanisme kontrol yang mengatur interaksi antar aktor dalam ekosistem *platform* digital. Tiwana et al. (2020) menyatakan bahwa tata kelola *platform* yang efektif mampu menciptakan keadilan, konsistensi layanan, dan kejelasan tanggung jawab. Dalam layanan kurir digital, *platform* tata kelola berperan penting dalam mengendalikan kualitas layanan dan menjaga kepercayaan pengguna.

Teori Pensinyalan

Teori Pensinyalan, pertama kali diperkenalkan oleh Michael Spence (1973), menjelaskan bagaimana satu pihak (pengirim sinyal) mengirimkan sinyal ke pihak lain (penerima sinyal) untuk mengurangi asimetri informasi dalam situasi ketidakpastian. Dalam konteks penelitian ini, logistik etis, transparansi logistik, dan tata kelola *platform* dapat dipahami sebagai sinyal strategis yang dikirim oleh perusahaan kepada pelanggan.

Logistik etis bertindak sebagai sinyal integritas dan tanggung jawab moral perusahaan. Praktik seperti kejujuran dalam memperkirakan waktu pengiriman, melindungi data pelanggan, dan memperlakukan mitra kurir secara wajar menandakan bahwa perusahaan tidak akan bertindak oportunistik. Transparansi logistik menandakan keterbukaan informasi. Menyediakan pelacakan real-time, informasi biaya yang jelas, dan kebijakan layanan yang transparan mengurangi persepsi risiko pelanggan dan meningkatkan keandalan yang dirasakan. Tata kelola *platform* berfungsi sebagai sinyal kontrol kelembagaan dan keadilan sistem. Adanya mekanisme pemeringkat, evaluasi kinerja kurir, dan sistem penyelesaian sengketa menunjukkan bahwa *platform* tersebut memiliki struktur pemantauan yang mampu menjaga kualitas layanan.

Menurut Teori Pensinyalan, sinyal-sinyal ini tidak secara otomatis menghasilkan kepercayaan. Sinyal harus terlebih dahulu diterjemahkan ke dalam pengalaman layanan yang nyata dan konsisten, yang dalam penelitian ini diwakili oleh Logistics Service Quality (LSQ). Dengan kata lain, LSQ berfungsi sebagai sinyal kinerja aktual yang memvalidasi sinyal awal yang diberikan melalui etika, transparansi, dan tata kelola *platform*. Oleh karena itu, integrasi Teori Pensinyalan ke dalam model konseptual penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa pembentukan kepercayaan pada perusahaan kurir berbasis *platform* digital adalah proses komunikasi sinyal yang terstruktur antara perusahaan dan pelanggan.

Tinjauan Studi Sebelumnya

Penelitian sebelumnya tentang kepercayaan pada layanan logistik dapat dikelompokkan menjadi tiga aliran utama. Pertama, studi yang menekankan hubungan antara kualitas layanan logistik dan kepercayaan pelanggan. Do et al. (2023) dan Al-Mu'ani et al. (2024) menemukan bahwa LSQ memiliki efek yang signifikan terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan, terutama dalam konteks *e-commerce* dan logistik digital.

Kedua, penelitian yang berfokus pada etika dan transparansi dalam logistik. Carter dan Rogers (2020) dan Varuna (2024) menegaskan bahwa praktik logistik yang etis dan transparan berkontribusi pada reputasi perusahaan dan kepercayaan pemangku kepentingan. Namun, sebagian besar penelitian ini dilakukan dalam konteks keberlanjutan dan hubungan B2B.

Ketiga, kajian tata kelola *platform* yang berkembang pesat seiring dengan meningkatnya penggunaan *platform* digital. Tiwana et al. (2020) dan Sun et al. (2025) menunjukkan bahwa tata kelola *platform* memengaruhi kinerja layanan dan kepercayaan pengguna, tetapi masih jarang dipelajari secara khusus di industri kurir. Perkembangan terkini menunjukkan pergeseran fokus dari aspek operasional menuju integrasi nilai-nilai etis, transparansi, dan tata kelola dalam membangun kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan.

Kesenjangan Penelitian

Meskipun literatur sebelumnya telah meneliti keandalan dan kualitas layanan logistik secara ekstensif, masih ada beberapa kesenjangan penelitian. Pertama, sebagian besar penelitian meneliti hubungan langsung antara kualitas layanan dan kepercayaan tanpa mempertimbangkan peran etika, transparansi, dan tata kelola *platform* secara bersamaan. Kedua, kajian tentang logistik etis dan transparansi logistik masih terbatas pada konteks keberlanjutan dan B2B, sedangkan penelitian dalam konteks layanan kurir berbasis *platform* digital masih minim. Ketiga, peran kualitas layanan logistik sebagai mekanisme mediasi dalam pembentukan kepercayaan pelanggan belum dieksplorasi secara empiris. Penelitian ini mengisi kesenjangan ini dengan mengembangkan model integratif berdasarkan pendekatan kuantitatif menggunakan SEM-PLS untuk menguji hubungan antar variabel secara komprehensif.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Logistik Etis terhadap Kualitas Layanan Logistik

Logistik etis adalah praktik operasional logistik yang menjunjung tinggi prinsip kejujuran, keadilan, transparansi, dan tanggung jawab selama proses layanan. Penerapan etika dalam kegiatan logistik memainkan peran penting dalam membentuk persepsi integritas penyedia layanan, karena perilaku etis mencerminkan komitmen perusahaan terhadap nilai-nilai moral dan kepentingan pemangku kepentingan (Ferrell, Harrison, Ferrell, & Hair, 2019). Dalam konteks *e-commerce*, praktik logistik yang etis seperti kejujuran dalam memperkirakan waktu pengiriman, melindungi hak kurir, dan menangani keluhan pelanggan secara adil dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kepercayaan penyedia logistik (Hansen, Moosmayer, & Ahlert, 2020). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa logistik etis memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan kepada penyedia logistik, baik secara langsung melalui persepsi integritas maupun secara tidak langsung melalui penciptaan citra pelayanan yang adil dan bertanggung jawab.

H1: Logistik etis (X1) memiliki efek langsung, positif, dan signifikan terhadap Kualitas Layanan Logistik (Y).

Pengaruh Logistik Etis pada Kepercayaan pada Logistik

Dalam konteks perusahaan kurir, praktik seperti transparansi biaya, perlindungan data pelanggan, dan penyelesaian keluhan yang adil berfungsi sebagai sinyal (Teori Pensinyalan) bahwa suatu perusahaan dapat dipercaya. Studi empiris menunjukkan bahwa perilaku etis dalam layanan digital dan logistik secara signifikan mempengaruhi pembentukan kepercayaan

pelanggan (Sharma et al., 2022; Tandon et al., 2021). Ketika pelanggan percaya bahwa perusahaan tidak akan bertindak oportunistik, ketidakpastian transaksi berkurang dan kepercayaan meningkat. Oleh karena itu, logistik etis secara langsung memperkuat kepercayaan pelanggan.

H2: Logistik etis (X1) memiliki efek langsung, positif, dan signifikan pada Kepercayaan pada Logistik (Z).

Pengaruh Transparansi Logistik terhadap Kepercayaan pada Logistik

Menurut Teori Pensinyalan, transparansi informasi adalah sinyal positif yang mengurangi persepsi pelanggan tentang risiko. Penelitian menunjukkan bahwa visibilitas rantai pasokan dan sistem pelacakan real-time meningkatkan kepercayaan karena pelanggan merasa mereka memiliki kendali dan akses yang memadai ke informasi (Hofmann et al., 2020; Dubey et al., 2021).

Dalam industri kurir berbasis digital, ambiguitas informasi sering menjadi sumber ketidakpercayaan. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat transparansi logistik, semakin tinggi kepercayaan pelanggan.

H3: Transparansi Logistik (X2) memiliki efek positif pada Kepercayaan Logistik (Z).

Pengaruh Transparansi Logistik terhadap Kualitas Layanan Logistik

Penelitian menunjukkan bahwa visibilitas digital dan transparansi rantai pasokan meningkatkan kinerja layanan dan mengurangi kesalahan komunikasi (Ivanov & Dolgui, 2021; Ramanathan et al., 2020). Ketika pelanggan dapat memantau proses distribusi, mereka menganggap layanan tersebut lebih profesional dan terstruktur. Oleh karena itu, transparansi secara langsung berkontribusi dalam meningkatkan kualitas layanan logistik.

H4: Transparansi Logistik (X2) berpengaruh positif terhadap Kualitas Layanan Logistik (Y).

Peran Pemerintah Platform pada Kualitas Layanan Logistik

Menurut teori Tata Kelola Kelembagaan, tata kelola yang baik mengurangi perilaku oportunistik dan meningkatkan koordinasi antar pelaku *platform*. Studi menunjukkan bahwa mekanisme tata kelola meningkatkan kualitas layanan melalui standarisasi proses dan pemantauan kinerja (Chen et al., 2022; Li et al., 2023). Di perusahaan kurir berbasis *platform*, mekanisme tata kelola, seperti sistem penilaian dan penilaian kurir, secara langsung mendorong peningkatan kualitas layanan.

H5: Tata kelola Platform (X3) memiliki efek positif dan signifikan langsung terhadap Kualitas Layanan Logistik (Y).

Pengaruh Tata Kelola Platform pada Kepercayaan pada Logistik

Penelitian menunjukkan bahwa mekanisme tata kelola dalam *platform* digital memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan pengguna (Zhang et al., 2021; Wang et al., 2022). Ketika pelanggan merasa dilindungi oleh sistem, risiko yang dirasakan berkurang dan kepercayaan meningkat.

H6: Tata kelola platform (X3) memiliki efek langsung, positif, dan signifikan pada Kepercayaan pada Logistik (Z).

Pengaruh Kualitas Layanan Logistik terhadap Kepercayaan pada Logistik

Dalam industri kurir, pengiriman tepat waktu dan keamanan barang merupakan faktor dominan dalam membangun kepercayaan (Ali et al., 2021; Prakash & Barua, 2020). Ketika kualitas layanan konsisten dan memenuhi harapan, pelanggan akan mempercayai perusahaan untuk transaksi di masa mendatang.

H7: Kualitas Layanan Logistik (Y) memiliki efek langsung, positif, dan signifikan terhadap Kepercayaan pada Logistik (Z).

Peran Mediasi Kualitas Layanan Logistik

Literatur menunjukkan bahwa kualitas layanan seringkali menjadi mekanisme utama yang mengubah praktik manajerial menjadi kepercayaan pelanggan (Tandon et al., 2021; Ali et al., 2021). Artinya, meskipun etika, transparansi, dan tata kelola secara langsung memengaruhi kepercayaan, pengaruh ini bahkan lebih kuat ketika pertama kali menghasilkan peningkatan kualitas layanan.

Pengaruh Logistik Etis mediasi Kualitas Layanan Logistik

Logistik etis meningkatkan kepercayaan tidak hanya secara langsung tetapi juga melalui peningkatan kualitas layanan. Praktik etis meningkatkan proses layanan, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas yang dirasakan dan pada akhirnya memperkuat kepercayaan. Literatur menunjukkan bahwa kualitas layanan sering berperan sebagai mediator antara praktik manajerial dan kepercayaan (Tandon et al., 2021).

H8: Logistik etis (X1) memiliki efek tidak langsung positif pada Kepercayaan pada Logistik (Z) melalui mediasi Kualitas Layanan Logistik (Y).

Pengaruh Platform Governance mediasi Kualitas Layanan Logistik

Tata kelola yang baik meningkatkan standar layanan. Peningkatan kualitas layanan ini, pada gilirannya, memperkuat kepercayaan pelanggan. Penelitian dalam ekosistem *platform* menunjukkan bahwa tata kelola secara tidak langsung meningkatkan kepercayaan melalui peningkatan kualitas layanan (Li et al., 2023).

H9: Tata kelola platform (X3) memiliki efek tidak langsung positif pada Trust in Logistics (Z) melalui mediasi Logistics Service Quality (Y).

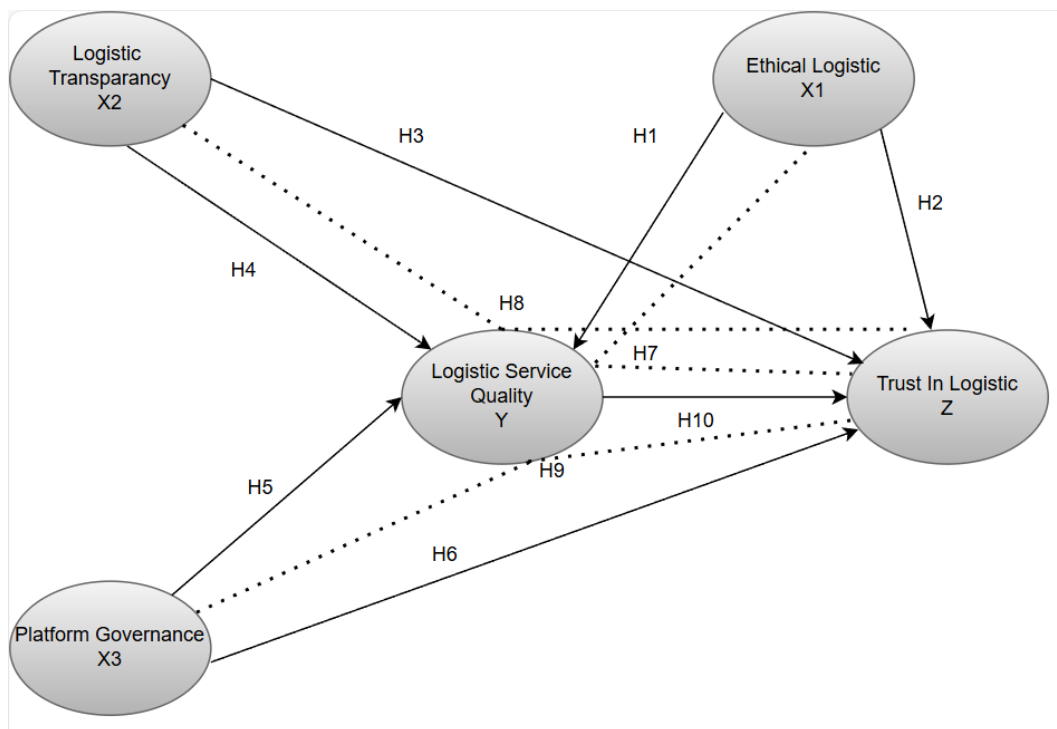
Pengaruh Transparansi Logistik mediasi Kualitas Layanan Logistik

Transparansi meningkatkan kualitas layanan yang dirasakan dengan meningkatkan keandalan dan responsif, yang pada akhirnya memperkuat kepercayaan. Dubey et al. (2021) menunjukkan bahwa transparansi rantai pasokan meningkatkan kepercayaan melalui kinerja operasional sebagai mediator.

H10: Transparansi logistik (X2) memiliki efek tidak langsung positif pada Kepercayaan pada Logistik (Z) melalui mediasi Kualitas Layanan Logistik (Y).

Kerangka Teoritis dan Model Konseptual

Penelitian ini didukung oleh Trust Theory yang menjelaskan bahwa kepercayaan dibangun melalui persepsi kompetensi dan integritas penyedia layanan (Mayer et al., 1995). Selain itu, Teori Kualitas Layanan digunakan untuk menjelaskan peran kualitas layanan sebagai pengalaman pelanggan terbaik. Teori Pemangku Kepentingan dan Teori Tata Kelola *Platform* digunakan untuk menjelaskan bagaimana etika, transparansi, dan tata kelola *platform* memengaruhi kualitas dan kepercayaan layanan. Model konseptual penelitian ini memposisikan logistik etis, transparansi logistik, dan tata kelola *platform* sebagai variabel independen, kualitas layanan logistik sebagai variabel mediasi, dan kepercayaan terhadap logistik sebagai variabel dependen.



Sumber: Hasil Olahan Penulis
Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan kurir berbasis *platform* digital di Indonesia yang telah menggunakan jasa pengiriman barang dalam jangka waktu tertentu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria responden seperti, telah menggunakan layanan kurir berbasis *platform* digital minimal sekali, berusia minimal 17 tahun, memiliki pengalaman langsung dalam menerima layanan pengiriman, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 106 responden.

Teknik Analisis Data

Data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner terstruktur untuk mengukur persepsi pelanggan tentang praktik etis, transparansi informasi, tata statis *platform*, kualitas layanan statisti, dan tingkat kepercayaan pada perusahaan kurir berbasis *platform* digital. Populasi penelitian mencakup semua pengguna jasa kurir di Indonesia, dengan sampel diambil menggunakan metode purposive sampling sesuai kriteria yang relevan (Sugiyono, 2019). Ukuran sampel minimum ditetapkan pada 106 responden berdasarkan aturan Hair et al. (2017) untuk analisis SEM-PLS. Instrumen penelitian diuji validitas dan keandalan menggunakan SEM-PLS. Validitas termasuk validitas konvergen dan diskriminan, diukur dengan pemuatan luar dan Extracted Mean Variance (AVE), dengan kriteria pemuatan eksternal $\geq 0,70$ dan AVE $\geq 0,50$ (Hair et al., 2017). Validitas diskriminan dievaluasi menggunakan Fornell-Larcker dan cross-loading (Fornell & Larcker, 1981). Keandalan diukur menggunakan Alpha Reliability dan Cronbach Composites, dengan nilai $\geq 0,70$ (Hair et al., 2017; 2021).

Analisis data dilakukan dengan menggunakan SEM-PLS dengan smartpls untuk menguji hubungan langsung dan mediasi antar statisti. Evaluasi model mendalam mencakup koefisien penentuan (R^2), relevansi prediktif (Q^2), ukuran efek (f^2), dan signifikansi jalur melalui bootstrapping. Suatu hubungan dinyatakan signifikan jika statistic-t $> 1,96$ dan nilai-p $< 0,05$ (Hair et al., 2017; 2021; Batu, 1974; Geisser, 1975). Analisis ini digunakan untuk menilai bagaimana statisti etis, transparansi statisti, dan tata statis *platform* memengaruhi kualitas layanan statisti melalui peran mediasi kepercayaan dalam statisti.

Tahap akhir penelitian meliputi interpretasi hasil, revisi model jika perlu, dan penarikan kesimpulan yang menjelaskan peran kualitas layanan statisti dalam membangun kepercayaan pelanggan, serta memberikan implikasi teoritis dan praktis bagi pengembangan manajemen statisti bagi perusahaan kurir berbasis *platform* digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Varians Rata-Rata Diekstraksi (AVE) digunakan untuk mengukur kemampuan konstruksi laten untuk menjelaskan varians statistic. Nilai AVE dianggap memadai jika lebih besar dari 0,50, menunjukkan bahwa statisti besar varians statistic dapat dijelaskan oleh konstruksi. Sebaliknya, nilai AVE <0,50 menunjukkan varians kesalahan dominan. Selanjutnya, konstruksi dianggap dapat diandalkan jika memiliki nilai Keandalan Komposit $\geq 0,70$. Tabel berikut menyajikan nilai AVE dan Keandalan Komposit untuk setiap statisti penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji Keandalan AVE

Contract	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Status
EL	0.990	0.991	0.992	0.963	Diterima
LSQ	0.987	0.987	0.989	0.949	Diterima
LT	0.991	0.992	0.993	0.967	Diterima
PG	0.989	0.990	0.991	0.959	Diterima
TIL	0.985	0.985	0.988	0.943	Diterima

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap konstruksi dalam model penelitian berbeda satu sama lain. Tes dilakukan menggunakan kriteria Fornell-Larcker dan cross-loading. Konstruksi dianggap telah memenuhi validitas diskriminan jika akar kuadrat nilai AVE lebih besar dari korelasinya dengan konstruksi lain, dan setiap statistic memiliki nilai pemuatan tertinggi pada konstruksi yang diukurnya. Jika kedua kriteria tersebut terpenuhi, validitas diskriminatif dianggap memadai.

Tabel 2. Hasil Tes Fornell-Larcker

CONSTRUCT	EL	LSQ	LT	PG	TIL
EL	0.982				
LSQ	0.736	0.974			
LT	0.385	0.606	0.983		
PG	0.410	0.623	0.206	0.979	
TIL	0.674	0.794	0.531	0.594	0.971

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Menurut Hair et al. (2017), nilai VIF idealnya harus di bawah 5 untuk menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas kritis, sementara ambang batas yang lebih konservatif menunjukkan nilai di bawah 3,3.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas (VIF)

CONNECTION	VIF
EL -> LSQ	1.356
LT -> LSQ	1.178
PG -> LSQ	1.206
LSQ -> TIL	4.442

EL -> TIL	2.251
LT -> TIL	1.745
PG -> TIL	1.800

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Hasilnya menunjukkan bahwa semua nilai VIF dalam model statistik berada di bawah ambang batas kritis 5. Secara khusus, nilai VIF untuk jalur menuju Kualitas Layanan Logistik (LSQ) adalah sebagai berikut: Logistik Etis (EL $\rightarrow$ LSQ = 1,356), Transparansi Logistik (LT $\rightarrow$ LSQ = 1,178), dan Tata Kelola Platform (PG $\rightarrow$ LSQ = 1,206). Nilai-nilai ini menunjukkan bahwa konstruksi statistik tidak menunjukkan interkorelasi yang bermasalah saat menjelaskan LSQ. Demikian pula, untuk konstruksi endogen Trust in Logistics (TIL), nilai VIF adalah LSQ $\rightarrow$ TIL = 4.442, EL $\rightarrow$ TIL = 2.251, LT $\rightarrow$ TIL = 1.745, dan PG $\rightarrow$ TIL = 1.800.

Secara umum, nilai R^2 mendekati 0,75 dikategorikan sebagai sangat baik, nilai sekitar 0,50 menunjukkan tingkat penjelasan sedang, dan nilai mendekati 0,25 menunjukkan daya penjelasan yang statistik rendah.

Tabel 4. Hasil Tes R Square

Endogenous Variable	R Square	R Square Adjusted
LSQ	0.775	0.768
TIL	0.683	0.670

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Koefisien jalur menggambarkan arah dan kekuatan hubungan antara statistik laten, dengan nilai mulai dari -1 hingga 1. Koefisien positif menunjukkan hubungan searah, sedangkan koefisien statistik mencerminkan hubungan terbalik. Tingkat signifikansi koefisien jalur ditentukan menggunakan statistik-t atau nilai-p, di mana suatu hubungan dianggap signifikan jika nilai-p adalah $<0,05$.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Hubungan	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Status
EL -> LSQ	0.449	0.448	0.066	6.851	0.000	Diterima
EL -> TIL	0.241	0.236	0.090	2.673	0.008	Diterima
LSQ -> TIL	0.377	0.380	0.128	2.950	0.003	Diterima
LT -> LSQ	0.357	0.355	0.063	5.669	0.000	Diterima
LT -> TIL	0.163	0.165	0.072	2.274	0.023	Diterima
PG -> LSQ	0.366	0.366	0.047	7.775	0.000	Diterima
PG -> TIL	0.226	0.228	0.098	2.297	0.022	Diterima

Sumber: Hasil Olahan Penulis

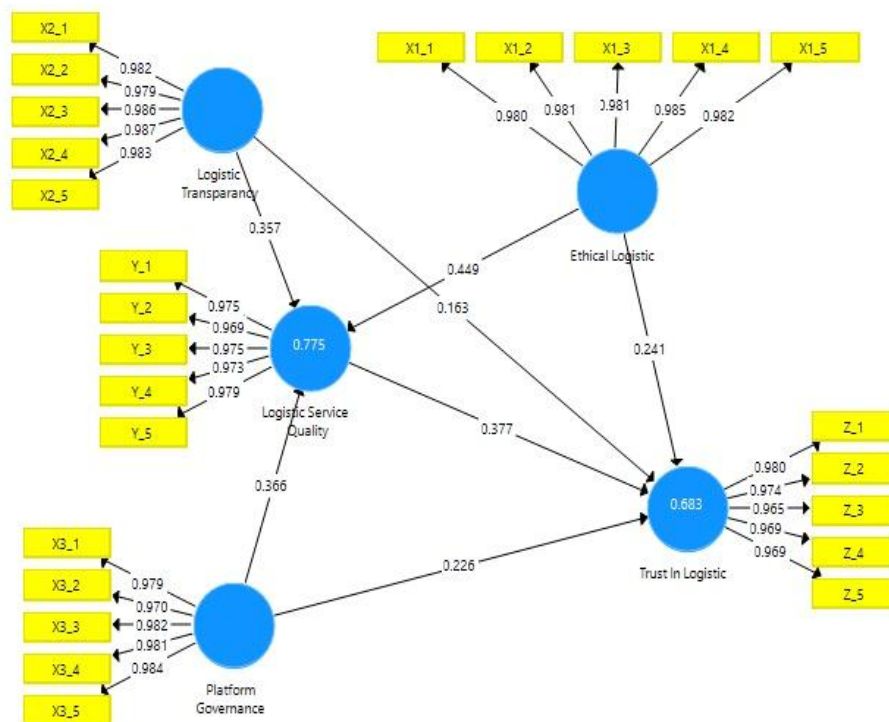
Evaluasi ini dilakukan untuk menentukan apakah kekuatan atau signifikansi hubungan antar statistik berubah statis mediator dimasukkan ke dalam model. Dengan demikian, analisis ini membantu menentukan apakah efeknya langsung atau tidak langsung. Hasil perhitungan efek mediasi disajikan di bawah ini.

Tabel 6. Hasil Uji Efek Mediasi

Hubungan Mediasi	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (/O/STDEV)	P Values	Keterangan
EL -> LSQ -> TIL	0.169	0.170	0.064	2.659	0.008	Mediasi Parsial
LT -> LSQ -> TIL	0.135	0.136	0.056	2.394	0.017	Mediasi Parsial
PG -> LSQ -> TIL	0.138	0.138	0.047	2.916	0.004	Mediasi Parsial

Sumber: Hasil Olahan Penulis

Berdasarkan hasil pengujian dalam stati, semua garis menunjukkan nilai p di bawah 0,05. Ini menegaskan bahwa semua hubungan antara statisti laten dalam model signifikan secara statistic.



Sumber: Hasil Olahan Penulis

Gambar 2. Hasil Bootstrapping Model Struktural (PLS-SEM)

Berdasarkan hasil analisis *bootstrapping* PLS-SEM seperti yang ditunjukkan pada gambar, dilakukan uji hipotesis untuk menilai efek langsung dan tidak langsung antara variabel laten dalam model penelitian: *Ethical Logistics* (X1), *Logistics Transparency* (X2), *Platform Governance* (X3), *Logistics Service Quality* (Y), dan *Trust in Logistics* (Z). Keputusan untuk menerima hipotesis didasarkan pada arah koefisien jalur dan signifikansi statistik (nilai $p < 0,05$). Efek Langsung antar Variabel:

1. Logistik Etis → Kualitas Layanan Logistik

Hasil *bootstrapping* menunjukkan bahwa *Ethical Logistics* berpengaruh positif terhadap Kualitas Layanan Logistik dengan koefisien jalur 0,449. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan praktik etis dalam kegiatan logistik, semakin tinggi kualitas layanan logistik yang dirasakan oleh pelanggan. Dengan demikian, H1 diterima.

2. Logistik Etis → Kepercayaan pada Logistik

Koefisien jalur dari Logistik Etis ke Kepercayaan pada Logistik adalah 0,241 dan positif. Hal ini menunjukkan bahwa praktik logistik etis secara langsung meningkatkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan kurir. Oleh karena itu, H2 diterima.

3. Transparansi Logistik → Kepercayaan pada Logistik

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Transparansi Logistik berpengaruh positif pada Trust in Logistics dengan koefisien garis 0,357. Temuan ini menegaskan bahwa transparansi informasi pengiriman, status barang, dan proses logistik berkontribusi untuk meningkatkan persepsi kualitas layanan logistik. Oleh karena itu, H3 diterima.

4. Transparansi Logistik → Kualitas Layanan Logika

Koefisien jalur 0,163 menunjukkan bahwa Transparansi Logistik memiliki efek positif langsung terhadap Kualitas Layanan Logistik, meskipun dengan efek yang relatif lebih kecil dibandingkan dengan variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa transparansi informasi masih berperan penting dalam membangun kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, H4 diterima.

5. Tata Kelola *Platform* → Kualitas Layanan Logistik

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Platform Governance* memiliki pengaruh positif terhadap Kualitas Layanan Logistik dengan koefisien jalur 0,366. Hal ini menunjukkan bahwa tata kelola *platform* digital yang baik, seperti aturan yang jelas dan mekanisme pengawasan, dapat meningkatkan kualitas layanan logistik. Oleh karena itu, H5 diterima.

6. Tata Kelola *Platform* → Kepercayaan pada Logistik

Koefisien jalur 0,226 menunjukkan efek positif Tata Kelola *Platform* terhadap Kepercayaan dalam Logistik. Temuan ini menunjukkan bahwa sistem tata kelola *platform* yang andal dan adil dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan kurir. Oleh karena itu, H6 diterima.

7. Kualitas Layanan Logistik → Kepercayaan pada Logistik

Hasil Bootstrapping menunjukkan bahwa Kualitas Layanan Logistik berpengaruh positif terhadap Trust in Logistics dengan koefisien jalur 0,377. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas layanan logistik merupakan faktor kunci dalam membangun kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, H7 diterima.

8. Logistik Etis → Kualitas Layanan Logistik → Kepercayaan pada Logistik

Logistik Etis memiliki efek positif terhadap Kepercayaan pada Logistik melalui Kualitas Layanan Logistik dengan nilai efek tidak langsung sebesar 0,169. Nilai ini diperoleh dari perkalian koefisien jalur Logistik Etis pada Kualitas Layanan Logistik (0,449) dan Kualitas Layanan Logistik pada Kepercayaan pada Logistik (0,377). Karena efek langsung Logistik Etis terhadap Kepercayaan pada Logistik tetap signifikan (0,241), Kualitas Layanan Logistik bertindak sebagai mediator parsial. Dengan demikian, H8 diterima.

9. Kualitas Layanan Logistik → Layanan *Platform* → Kepercayaan pada Logistik

Tata Kelola *Platform* memiliki efek positif terhadap Kepercayaan Logistik melalui Kualitas Layanan Logistik dengan nilai efek tidak langsung sebesar 0,138. Karena efek langsung dari Tata Kelola *Platform* pada Kepercayaan dalam Logistik (0,226) tetap signifikan, mediasi parsial terjadi. Dengan demikian, H9 diterima.

10. Transparansi Logistik → Kualitas Layanan Logistik → Kepercayaan pada Logistik

Transparansi Logistik berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Logistik melalui Kualitas Layanan Logistik dengan nilai efek tidak langsung sebesar 0,135. Efek langsung dari Transparansi Logistik terhadap Kepercayaan pada Logistik (0,163) masih signifikan, sehingga mediasi yang terjadi adalah mediasi parsial. Dengan demikian, H10 diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan diskusi sebelumnya, studi "Membangun Kepercayaan pada Perusahaan Kurir: Peran Logistik Etis, Transparansi Logistik, dan Tata Kelola *Platform* pada Kepercayaan pada Logistik melalui Kualitas Layanan Logistik" mengungkapkan beberapa temuan utama. Pertama, Ethical Logistics telah terbukti memberikan dampak positif dan signifikan terhadap Kualitas Layanan Logistik, menunjukkan bahwa penerapan praktik logistik yang menjunjung tinggi nilai-nilai etika seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dapat meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Kedua,

Transparansi Logistik juga berdampak positif dan signifikan terhadap kualitas layanan logistik; Transparansi informasi mengenai proses pengiriman, status barang, dan prosedur layanan telah terbukti dapat meningkatkan kepuasan dan pengalaman pelanggan.

Selain itu, Tata Kelola *Platform* menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap Kualitas Layanan Logistik. Penerapan tata kelola *platform* digital yang baik, termasuk aturan yang jelas, mekanisme pengawasan, dan sistem penanganan pengaduan, dapat meningkatkan konsistensi, keandalan, dan profesionalisme layanan kurir. Selain itu, tiga variabel independent *Ethical Logistics*, *Logistics Transparency*, dan *Platform Governance* juga memiliki efek positif langsung dan signifikan pada *Trust in Logistics*, yang menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan tidak hanya dibangun di atas kualitas layanan tetapi juga pada nilai-nilai etika, transparansi, dan tata kelola yang diterapkan oleh perusahaan.

Selain itu, Kualitas Layanan Logistik telah terbukti memiliki efek positif dan signifikan pada Kepercayaan dalam Logistik, menegaskan bahwa pengalaman layanan yang dirasakan pelanggan merupakan faktor kunci dalam membentuk kepercayaan. Studi ini juga menemukan bahwa Kualitas Layanan Logistik bertindak sebagai variabel mediasi yang signifikan, memediasi pengaruh Logistik Etis, Transparansi Logistik, dan Tata Kelola *Platform* terhadap kepercayaan pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa kualitas layanan logistik merupakan mekanisme utama yang menghubungkan praktik etika, transparansi, dan tata kelola *platform* dengan kepercayaan pelanggan pada perusahaan kurir berbasis *platform* digital.

Akhirnya, model penelitian ini menunjukkan daya penjelasan yang baik, sebagaimana dibuktikan dengan nilai R-Square untuk variabel Kualitas Layanan Logistik dan Kepercayaan pada Logistik, yang menunjukkan bahwa model struktural mampu menjelaskan sebagian besar variasi variabel endogen. Dengan demikian, model ini dinilai tepat dan ampuh untuk menjelaskan fenomena membangun kepercayaan pelanggan dalam konteks perusahaan kurir modern berbasis *platform* digital.

REFERENSI

- Ali, MH, Suleiman, N., & Khalid, N. (2021). Kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan logistik. *Jurnal Ritel dan Layanan Konsumen*, 59, 102394.
- Al-Mu'ani, Y., Al-Shurideh, M., & Al-Hamad, A. (2024). Kualitas layanan logistik dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan kurir digital. *Jurnal Logistik Bisnis*, 45(2), 215–231.
- Bag, S., Gupta, S., & Kumar, A. (2021). Industri 4.0 dan transparansi rantai pasokan: Implikasi terhadap kinerja operasional. *Jurnal Internasional Ekonomi Produksi*, 231, 107–117.
- Carter, CR, & Rogers, DS (2020). Kerangka kerja manajemen rantai pasokan berkelanjutan: Bergerak menuju teori baru. *Jurnal Internasional Manajemen Distribusi & Logistik Fisik*, 50(3), 221–238.
- Centobelli, P., Cerchione, R., & Del Vecchio, P. (2021). Praktik etis dan manajemen rantai pasokan yang berkelanjutan. *Strategi Bisnis dan Lingkungan*, 30(4), 1801–1815.
- Chen, J., Zhang, H., & Liu, Z. (2022). Tata kelola *platform* dan kualitas layanan dalam ekosistem digital. *Peramalan Teknologi dan Perubahan Sosial*, 174, 121–138.
- Chen, X., Wang, X., & Zhou, Y. (2022). Transparansi informasi dan kepercayaan pada layanan logistik: Bukti dari *platform* e-commerce. *Penelitian Transportasi Bagian E: Tinjauan Logistik dan Transportasi*, 165, 102849.
- Lakukan, TH, Nguyen, TT, & Ha, TT (2023). Kualitas layanan logistik dan kepuasan pelanggan di e-commerce. *Keberlanjutan*, 15(4), 3121.
- Dubey, R., Gunasekaran, A., & Childe, SJ (2021). Kemampuan analitik data besar dan transparansi rantai pasokan. *Penelitian Transportasi Bagian E: Tinjauan Logistik dan Transportasi*, 149, 102–116.

- Dubey, R., Gunasekaran, A., Childe, SJ, & Papadopoulos, T. (2023). Praktik rantai pasokan yang etis dan kepercayaan pelanggan. *Jurnal Internasional Ekonomi Produksi*, 252, 108586.
- Freeman, RE, Phillips, R., & Sisodia, R. (2021). *Teori pemangku kepentingan: Konsep dan strategi*. Cambridge University Press.
- Rambut, JF, Hult, GTM, Ringle, CM, & Sarstedt, M. (2017). *Primer tentang pemodelan persamaan struktural kuadrat terkecil parsial (PLS-SEM)* (edisi ke-2). Publikasi Sage.
- Hofmann, E., Strewe, UM, & Bosia, N. (2020). Transparansi rantai pasokan dan membangun kepercayaan. *Penelitian Logistik*, 13(1), 1–15.
- Ivanov, D., & Dolgui, A. (2021). Rantai pasokan dan visibilitas digital: Implikasi untuk ketahanan. *Jurnal Internasional Penelitian Produksi*, 59(1), 1–15.
- Jones, TM, Harrison, JS, & Felps, W. (2023). Bagaimana penerapan teori pemangku kepentingan instrumental dapat memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. *Akademi Tinjauan Manajemen*, 48(1), 1–25.
- Khan, S., Haleem, A., & Khan, MI (2022). Dimensi kualitas layanan logistik dan kepercayaan pelanggan. *Jurnal Internasional Manajemen Logistik*, 33(3), 789–807.
- Khan, SAR, Yu, Z., & Umar, M. (2021). Dampak praktik logistik berkelanjutan terhadap kinerja perusahaan. *Keberlanjutan*, 13(4), 1–17.
- Li, Y., Fang, Y., & Lim, K. H. (2023). Mekanisme tata kelola dalam ekosistem *platform*. *Informasi & Manajemen*, 60(2), 103–118.
- Mayer, RC, Davis, JH, & Schoorman, FD (1995). Model integratif kepercayaan organisasi. *Akademi Tinjauan Manajemen*, 20(3), 709–734.
- McKnight, DH, Carter, M., Thatcher, JB, & Clay, PF (2020). Kepercayaan pada *platform* digital: Meta-analisis. *MIS Triwulan*, 44(1), 1–32.
- Mentzer, JT, Flint, DJ, & Hult, GTM (2021). Kualitas layanan logistik sebagai proses yang disesuaikan dengan segmennya. *Jurnal Pemasaran*, 85(1), 82–104.
- Nazir, M. (2018). *Metode penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Prakash, C., & Barua, MK (2020). Kualitas layanan dan kepercayaan dalam hubungan outsourcing logistik. *Benchmarking: Jurnal Internasional*, 27(4), 1359–1378.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Metode penelitian untuk bisnis: Pendekatan pengembangan keterampilan* (edisi ke-8). Wiley.
- Sharma, A., Joshi, S., & Kumar, V. (2022). Praktik etis dan kepercayaan pelanggan dalam logistik e-commerce. *Jurnal Penelitian Bisnis*, 140, 398–407.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta.
- Matahari, Y., Liu, D., Chen, S., Wu, X., & Shen, X. (2025). Mekanisme tata kelola *platform* dan kualitas layanan dalam ekosistem logistik digital. *Penelitian dan Aplikasi Perdagangan Elektronik*, 61, 101143.
- Tandon, U., Kiran, R., & Sah, A. (2021). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Ritel dan Layanan Konsumen*, 60, 102–112.
- Tiwana, A., Konsynski, B., & Bush, AA (2020). Tata kelola *platform*: Konsep, mekanisme, dan hasil. *Jurnal Sistem Informasi Manajemen*, 37(3), 1–29.
- Varuna, M. (2024). Praktik logistik etis dan membangun kepercayaan dalam layanan kurir berbasis *platform*. *Jurnal Etika Bisnis*, 189(2), 355–372.
- Wang, Y., Zhang, M., & Zhao, X. (2022). Pembentukan kepercayaan dalam *platform* digital: Peran mekanisme tata kelola. *Penelitian dan Aplikasi Perdagangan Elektronik*, 51, 101–115.
- Yazıcılar Sola, Ö., & Güzel, D. (2025). Transparansi logistik dan kepercayaan pada rantai pasokan digital. *Manajemen Rantai Pasokan: Jurnal Internasional*, 30(1), 98–113.

Yuen, KF, Wang, X., & Wong, YD (2022). Logistik berkelanjutan dan persepsi kualitas layanan. *Penelitian Transportasi Bagian D: Transportasi dan Lingkungan*, 102, 103–118.