

Pengukuran Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Service Quality* (SERVQUAL): Studi Kasus PT Pos Indonesia Kota Metro

Nur Layli Rachmawati¹ dan Mita Fitriani²

^{1,2)} Program Studi Teknik Logistik, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Pertamina
Jalan Teuku Nyak Arief, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia 12220
Email: nl.rachmawati@universitaspertamina.ac.id, mfitriani25@gmail.com

Abstrak

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar mampu bersaing, utamanya bagi perusahaan di bidang jasa. PT Pos Indonesia Kota Metro mengalami penurunan jumlah pelanggan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain penurunan kepuasan pelanggan dan banyaknya kompetitor baru yang menawarkan jasa sejenis. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kepuasan pelanggan dan menentukan prioritas perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL). Dimensi yang digunakan adalah *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, dan *empathy*. Berdasarkan hasil pengolahan data didapatkan bahwa secara keseluruhan PT Pos Indonesia Kota Metro masih belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pelanggan dengan prioritas perbaikan pada dimensi *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *tangible*, *empathy* dengan nilai *gap* secara berturut-turut sebesar -1.31, -1.10, -1.01, -0.89, dan -0.53. Secara lebih detil, lima prioritas perbaikan yang perlu dilakukan adalah atribut X8, X4, X7, X9, dan X17 dengan nilai *gap* secara berturut-turut sebesar -1.7, -1.5, -1.37, -1.37, dan -1.30.

Kata kunci: Jasa 3PL; Kepuasan Pelanggan; SERVQUAL

Abstract

To compete in industry, customer satisfaction is an important aspect that should be considered by the companies, especially companies engaged in service sector. PT POS Indonesia Kota Metro as a 3PL service provider in Indonesia is facing problems, such as a decrease in the number of customers which is caused by several factors including a decrease in customer satisfaction and the large number of new competitors offering similar services. The objectives of this research are to evaluate the customer satisfaction and determine the improvements priority to improve the customer satisfaction using Service Quality (SERVQUAL) method. The dimensions used in this research is tangible, responsiveness, reliability, assurance, and empathy. Based on the data processing, it shows that PT Pos Indonesia Kota Metro has not fully met the customer expectations, with the improvement priority on the dimension's responsiveness, reliability, assurance, tangible, empathy, and the gap score -1.31, -1.10, -1.01, -0.89, and -0.53 respectively. In addition, five priority attributes for improvement are X8, X4, X7, X9, and X17 with the gap value -1.7, -1.5, -1.37, -1.37, and -1.30 respectively.

Keywords: 3PL Service; Customer Satisfaction; SERVQUAL

PENDAHULUAN

Perkembangan jasa ekspedisi dan kurir di Indonesia sangat signifikan. Sektor transportasi dan pergudangan mengalami pertumbuhan product domestic bruto (PDB) yang paling signifikan sebesar 25.81% dibandingkan sektor lain pertanian 1.65%, pertambangan dan penggalian 3.22%, industri pengolahan 4.83%, perdagangan dan reparasi 5.35%,

lainnya 6.38% pada triwulan III tahun 2022 (Kompas, 2022). Hal ini sejalan dengan perkembangan dengan perkembangan e-commerce dan teknologi informasi di Indonesia (ReportLinker, 2022).

Di sisi lain, persaingan bisnis di sektor jasa pengiriman dan kurir semakin ketat. Hal ini didukung dengan adanya UU Nomor 38 Tahun 2009 tentang Pos yang membuka dan memberikan kebebasan bisnis penyelenggaraan pos dan pengiriman di Indonesia (BPK RI, 2009). Kebijakan tersebut berdampak pada banyaknya perusahaan swasta baru yang bergerak di bidang pos dan pengiriman sehingga menyebabkan pangsa pasar PT Pos Indonesia mengalami penurunan sebesar 3% (Sugiarsono, 2022). Selain itu juga, kompetitor-kompetitor baru tersebut menawarkan beberapa keunggulan dengan memanfaatkan teknologi informasi, antara lain kecepatan pengiriman dengan data *real-time*, adanya fitur *tracking and tracing* secara *reliable* yang mudah diakses melalui ponsel pintar (Global Business Guide Indonesia, 2017).

Berdasarkan pemaparan tersebut kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan agar dapat berkompetisi di pasar, utamanya bagi perusahaan jasa dan pelayanan seperti industri jasa pengiriman. PT Pos Indonesia Kota Metro merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang bergerak di bidang layanan pos yang melayani pengiriman dan pengantaran surat/barang, pengiriman dan pengambilan wessel, pembayaran tagihan dan juga pengambilan dana pensiun maupun bantuan langsung tunai dari Pemerintah. PT Pos Indonesia Kota Metro masuk dalam regional III yaitu pusat Palembang. Permasalahan yang dihadapi adalah penurunan pengguna jasa PT Pos Indonesia Kota Metro. Indikasi penyebab penurunan jumlah pelanggan adalah penurunan tingkat kepuasan pelanggan terhadap fasilitas dan layanan yang diberikan. Diperkuat dengan munculnya opsi lain (jasa ekspedisi swasta) yang menawarkan jasa sejenis dengan tawaran dan pelayanan yang lebih menarik. Salah satu tujuan strategis yang penting bagi perusahaan jasa ekspedisi dan kurir adalah menyediakan layanan yang berkualitas (Gulc, 2020). Hal ini ditujukan untuk menghadapi persaingan bisnis dan memenuhi ekspektasi pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam kesuksesan bisnis. Dengan menganalisis kepuasan pelanggan, manajemen perusahaan dapat menemukan potensi peluang dan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan memiliki dampak positif antara lain adalah peningkatan penjualan, pembelian berulang, citra perusahaan yang lebih baik, pengurangan keluhan dan risiko, biaya yang lebih rendah, dan sebagainya (Libon, 2021).

Berdasarkan pemaparan tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengukur kepuasan pelanggan dan menentukan atribut-atribut mana saja yang menjadi prioritas perbaikan di PT Pos Indonesia Kota Metro menggunakan Metode SERVQUAL. Metode SERVQUAL sudah banyak digunakan oleh peneliti terdahulu untuk mengukur kepuasan pelanggan di berbagai macam sektor, misalnya di sektor jasa pengiriman dan ekspedisi (Widowati, et al., 2023) dan (Lati & Nurqaidah, 2021), retail (Haming, et al., 2019), e-commerce (Gajewska, et al., 2019), pendidikan (Afthanorhan, et al., 2019). Lati & Nurqaidah (2021) menggunakan 19 indikator untuk mengukur kepuasan pelayanan PT Pos Indonesia KPRK Cikarang dan hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa dimensi *reliability* merupakan prioritas utama untuk dilakukan perbaikan. Bab berikutnya dari paper ini menjelaskan terkait tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian. Kemudian bagian metode penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang diangkat. Hasil dan diskusi dari penelitian ini dijelaskan pada bagian hasil dan pembahasan. Pada bagian terakhir dijelaskan terkait kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini dan saran untuk penelitian berikutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan pelanggan bergantung pada kualitas layanan, nilai layanan yang dirasakan, dan kepercayaan terhadap layanan tersebut (Uzir, et al., 2021). Kualitas dalam suatu perusahaan jasa sangat menarik untuk dibahas karena perbedaan karakter antara produk dan jasa. Karakter dari jasa atau layanan antara lain tidak berwujud, heterogen, dan tidak terpisahkan (Yousapronpaiboon, 2014). Kualitas layanan dapat menghasilkan beberapa kemungkinan terkait kepuasan pelanggan, antara lain jika layanan yang diterima di bawah ekspektasi pelanggan maka pelanggan merasa tidak puas; jika layanan yang diterima sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas; dan jika layanan yang diterima pelanggan melebihi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan merasa sangat puas (Uzir, et al., 2020).

Menurut Suprihadi & Haromain (2016), SERVQUAL adalah besar nilai kesenjangan atau perbedaan antara kenyataan dan harapan atas layanan yang diperoleh *customer*. Jika nilai persepsi atau kinerja layanan yang diberikan lebih besar dari nilai ekspektasi layanan, maka dapat dikatakan layanan yang diberikan bermutu. Dan sebaliknya, jika layanan yang diterima nilainya kurang dari yang diharapkan maka dapat dikatakan layanan tersebut tidak bermutu atau *customer* tidak puas dengan layanan yang diberikan. Sedangkan jika nilai layanan sama dengan nilai harapan *customer* maka layanan tersebut dapat dikatakan telah memuaskan (Zeithaml & Bitner, 2008). Menurut Parasuraman, et al. (1988) terdapat lima dimensi SERVQUAL, yaitu 1) *tangibles* meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan penampilan pegawai, 2) *reliability* yang merupakan kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan, 3) *responsiveness* adalah kesediaan untuk membantu *customers* dan memberikan pelayanan secara cepat, 4) *assurance* mencakup wawasan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya serta percaya diri yang dimiliki pegawai, 5) *empathy* mencakup kepedulian, perhatian pribadi yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya.

Saputra & Sofiyannurriyanti (2021) mengukur kinerja pelayanan J&T Express Meulaboh menggunakan SERVQUAL dan Data Envelopment Analysis (DEA). SERVQUAL digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan sedangkan DEA digunakan untuk mengukur nilai efisiensi perusahaan. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode SERVQUAL didapatkan nilai gap negatif untuk semua atribut kualitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua atribut kualitas belum memenuhi harapan pelanggan.

Wulandari & Satrianansyah (2019) mengukur kualitas layanan jasa ekspedisi JNE Express Kota Lubuklinggau menggunakan metode SERVQUAL dengan mempertimbangkan lima variabel, antara lain kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*). Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa hanya terdapat tiga variabel yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yaitu *reliability*, *assurance*, dan *tangible*. Sedangkan untuk variabel *responsiveness* dan *empathy* perlu dilakukan perbaikan.

Erni, et al. (2014) mengimplementasikan metode SERVQUAL dan TRIZ untuk menganalisis permasalahan terkait kualitas layanan dan menentukan alternatif perbaikan pada perusahaan jasa pengiriman dan logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima atribut yang perlu dilakukan perbaikan, antara lain nomor antrian, produk yang dikirimkan bebas dari kerusakan, papan informasi dan isisnya, kecepatan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dalam empat tahap, antara lain: 1) identifikasi masalah dan studi literatur, 2) perancangan dan penyebaran kuisioner, 3) pengolahan data, 4) analisis dan

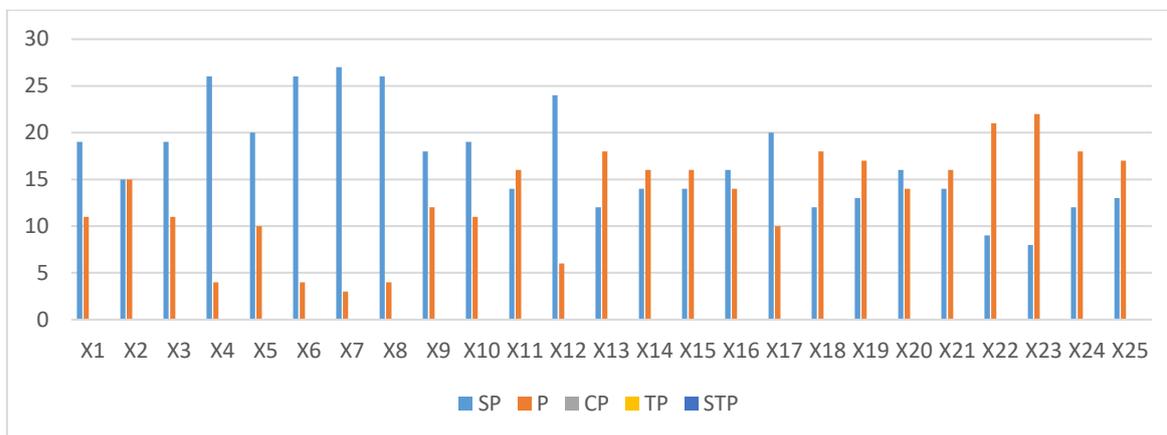
penarikan kesimpulan. Pada tahap pertama, dilakukan observasi secara langsung dan wawancara untuk menggali permasalahan yang dihadapi perusahaan. Kemudian setelah permasalahan ditetapkan dilakukan studi literatur yang relevan terkait topik permasalahan yang diangkat. Pada tahap kedua, dilakukan perancangan kuisisioner berdasarkan variabel dan atribut yang mengacu pada penelitian terdahulu. Dimensi dan atribut yang digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1 yang mengacu pada penelitian Parasuraman, Zeithmal, & Berry (1990). Kuisisioner dirancang dengan menggunakan skala likert dan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 30 responden. Setelah itu, dilakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner secara langsung kepada para pelanggan PT Pos Indonesia Kota Metro. Data yang dikumpulkan dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrument, kemudian dilakukan pengolahan data untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan. Pada tahap terakhir, dilakukan analisis dan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan.

Tabel 1. Atribut Dimensi Kualitas

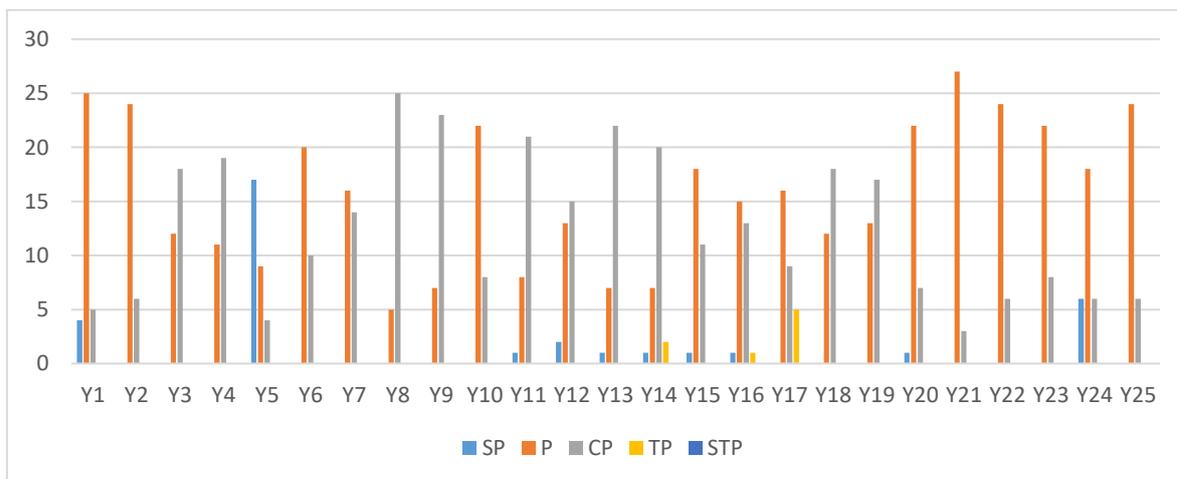
Dimensi	Kode	Atribut
<i>Tangible</i>	A1	Bangunan dan ruangan Kantor Pos bersih dan nyaman
	A2	Petugas Kantor Pos berpakaian rapih dan bersih
	A3	Fasilitas Kantor Pos lengkap
	A4	Tempat parkir Kantor Pos luas
	A5	Lokasi Kantor Pos strategis
<i>Responsiveness</i>	A6	Petugas Kantor Pos memberi informasi yang akurat
	A7	Petugas Kantor Pos menangani keluhan pelanggan dengan baik
	A8	Petugas Kantor Pos melayani sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan
	A9	Petugas Kantor Pos membantu dan cepat dalam memberikan bantuan ketika adanya keluhan dari pelanggan
	A10	Petugas Kantor Pos bersedia menanggapi permintaan pelanggan
<i>Reliability</i>	A11	Petugas Kantor Pos mampu memberikan pelayanan kepada pelanggan
	A12	Petugas Kantor Pos mengirim barang secara tepat waktu
	A13	Petugas Kantor Pos memberikan kenyamanan terhadap pelayanan
	A14	Sikap petugas Kantor Pos memberikan kepercayaan terhadap pelanggan
	A15	Petugas Kantor Pos mampu memenuhi keinginan pelanggan
<i>Assurance</i>	A16	Petugas Kantor Pos memberikan keamanan barang pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman Kantor Pos
	A17	Petugas Kantor Pos ramah dan sopan kepada pelanggan
	A18	Petugas Kantor Pos memiliki pengetahuan yang baik tentang layanan
	A19	Petugas Kantor Pos mampu menjawab pertanyaan pelanggan
	A20	Petugas Kantor Pos terampil dalam menangani pelanggan
<i>Emphaty</i>	A21	Petugas Kantor Pos bertutur sapa dan bertutur kata dengan baik
	A22	Petugas Kantor Pos memberikan solusi terhadap keluhan kepada pelanggan
	A23	Petugas Kantor Pos mengutamakan kepentingan pelanggan
	A24	Jam pelayanan Kantor Pos sesuai kebutuhan pelanggan
	A25	Petugas Kantor Pos memiliki rasa pengertian akan kebutuhan pelanggan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang telah dilakukan didapatkan nilai ekspektasi dan kinerja pelayanan yang diberikan oleh pelanggan seperti pada Gambar 1 dan 2 secara berurutan. Atribut penelitian dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa atribut yang digunakan valid. Hasil uji validasi tersebut dapat dilihat pada Tabel 2. Selain itu, atribut penelitian dikatakan reliabel nilai $\alpha >$ nilai kritis (0,60) (Azwar, 2003).



Gambar 1. Frekuensi Jawaban Responden untuk Tingkat Harapan Pelayanan



Gambar 2. Frekuensi Jawaban Responden untuk Tingkat Kinerja Pelayanan

Tabel 2. Hasil Uji Validitas untuk Harapan dan Kinerja

Atribut	r Tabel	r Hitung Harapan	r Hitung Kinerja	Kesimpulan
A1	0.361	0.94	0.898	Valid
A2	0.361	0.879	0.875	Valid
A3	0.361	0.94	0.451	Valid
A4	0.361	0.517	0.644	Valid
A5	0.361	0.877	0.828	Valid
A6	0.361	0.833	0.757	Valid
A7	0.361	0.743	0.77	Valid

Tabel 2. Hasil Uji Validitas untuk Harapan dan Kinerja (Lanjutan)

Atribut	r Tabel	r Hitung Harapan	r Hitung Kinerja	Kesimpulan
A8	0.361	0.833	0.736	Valid
A9	0.361	0.875	0.616	Valid
A10	0.361	0.765	0.776	Valid
A11	0.361	0.943	0.814	Valid
A12	0.361	0.395	0.694	Valid
A13	0.361	0.933	0.862	Valid
A14	0.361	0.943	0.86	Valid
A15	0.361	0.943	0.814	Valid
A16	0.361	0.802	0.819	Valid
A17	0.361	0.662	0.808	Valid
A18	0.361	0.928	0.822	Valid
A19	0.361	0.864	0.766	Valid
A20	0.361	0.802	0.642	Valid
A21	0.361	0.925	0.58	Valid
A22	0.361	0.766	0.813	Valid
A23	0.361	0.789	0.759	Valid
A24	0.361	0.866	0.786	Valid
A25	0.361	0.86	0.362	Valid

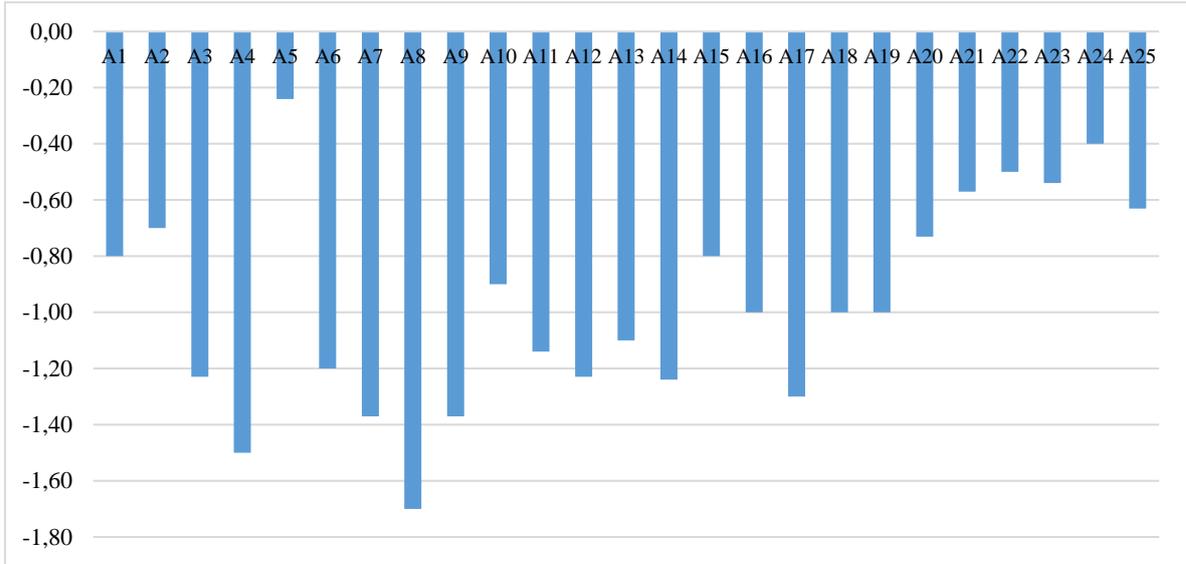
Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items	Kesimpulan
Harapan	.827	.828	25	<i>Reliable</i>
Kinerja	.730	.727	25	<i>Reliable</i>

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa prioritas perbaikan secara berurutan adalah dimensi *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *tangible*, dan *empathy*. Semakin negatif nilai *gap* menunjukkan semakin penting dimensi atau atribut tersebut untuk diperbaiki. Sedangkan semakin positif (atau mendekati nilai 0) *nilai gap* menunjukkan bahwa dimensi atau atribut tersebut semakin atau mendekati ideal. Sebaran nilai *gap* untuk setiap atribut dapat dilihat pada Gambar 3.

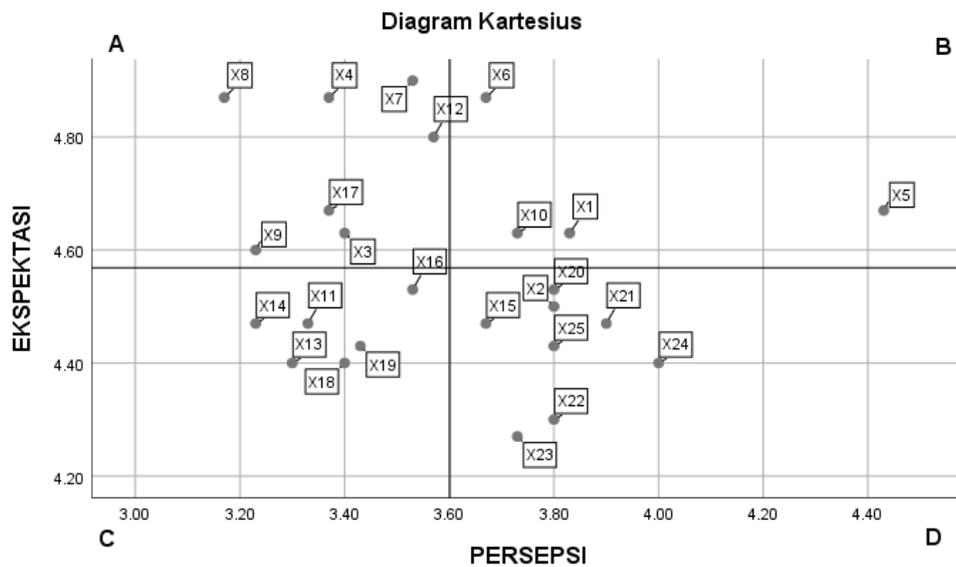
Tabel 4. Ranking Prioritas Perbaikan berdasarkan Dimensi

Dimensi	Nilai Rata-Rata Harapan	Nilai Rata-Rata Kinerja	Gap	Ranking
<i>Responsiveness</i>	4.77	3.47	-1.30	1
<i>Reliability</i>	4.52	3.42	-1.10	2
<i>Assurance</i>	4.51	3.51	-1.00	3
<i>Tangible</i>	4.66	3.77	-0.89	4
<i>Empathy</i>	4.37	3.85	-0.52	5



Gambar 3. Gap antara Harapan dan Kinerja Pelayanan

Berdasarkan Gambar 3 dapat disimpulkan bahwa lima atribut yang memiliki prioritas tertinggi secara berturut-turut adalah atribut A8, A4, A7, A9, dan A17. Sedangkan lima atribut yang memiliki nilai gap mendekati ideal (nilai kinerja mendekati nilai harapan) adalah atribut A5, A24, A22, A23, dan A21.



Gambar 4. Diagram Kartesius Semua Atribut

Gambar 4 menunjukkan posisi masing-masing atribut dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian kinerja dan harapan dari responden terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan. Berdasarkan Gambar 4 dapat dianalisis bahwa:

1) **Kuadran A**

Kuadran tersebut menunjukkan atribut-atribut yang dianggap sangat penting oleh pelanggan, namun kinerja atau pelaksanaannya dianggap tidak memuaskan atau tidak sesuai harapan pelanggan. Oleh karena itu PT Pos Indonesia Kota Metro diharapkan mampu berkonsentrasi dan memprioritaskan peningkatan kinerja pada atribut-atribut yang ada di

kuadran A agar sesuai dengan keinginan atau harapan pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT Pos Indonesia Kota Metro kedepannya. Adapun atribut-atribut kualitas pelayanan yang masuk ke dalam kuadran ini adalah:

1. (X3) Fasilitas Kantor Pos lengkap.
2. (X4) Tempat parkir Kantor Pos luas.
3. (X7) Petugas Kantor Pos menangani keluhan pelanggan dengan baik.
4. (X8) Petugas Kantor Pos melayani sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan.
5. (X9) Petugas Kantor Pos membantu dan cepat dalam memberikan bantuan ketika adanya keluhan dari pelanggan.
6. (X12) Petugas Kantor Pos mengirim barang secara tepat waktu.
7. (X17) Petugas Kantor Pos ramah dan sopan kepada pelanggan.

2) Kuadran B

Pada kuadran B, responden menganggap atribut pada kuadran ini sangat penting dan memuaskan sehingga dimensi ini wajib untuk dipertahankan. Atribut-atribut ini antara lain:

1. (X1) Bangunan dan ruangan Kantor Pos bersih dan nyaman.
2. (X5) Lokasi Kantor Pos strategis.
3. (X6) Petugas Kantor Pos memberi informasi yang akurat.
4. (X10) Petugas Kantor Pos bersedia menanggapi permintaan pelanggan.

3) Kuadran C

Kuadran C menunjukkan beberapa atribut yang kurang penting dan kurang memuaskan, sehingga responden bersikap biasa-biasa saja, atribut yang ada pada kuadran C antara lain:

1. (X11) Petugas Kantor Pos mampu memberikan pelayanan kepada pelanggan.
2. (X13) Petugas Kantor Pos memberikan kenyamanan terhadap pelayanan.
3. (X14) Sikap petugas Kantor Pos memberikan kepercayaan terhadap pelanggan.
4. (X16) Petugas Kantor Pos memberikan keamanan barang pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman Kantor Pos.
5. (X18) Petugas Kantor Pos memiliki pengetahuan yang baik tentang layanan.
6. (X19) Petugas Kantor Pos mampu menjawab pertanyaan pelanggan.

4) Kuadran D

Sedangkan pada kuadran terakhir yaitu kuadran D, dimana atribut tersebut kurang penting namun kinerjanya sangat memuaskan, atribut-atribut yang ada pada kuadran D adalah:

1. (X2) Petugas Kantor Pos berpakaian rapih dan bersih.
2. (X15) Petugas Kantor Pos mampu memenuhi keinginan pelanggan.
3. (X20) Petugas Kantor Pos terampil dalam menangani pelanggan.
4. (X21) Petugas Kantor Pos bertutur sapa dan bertutur kata dengan baik.
5. (X22) Petugas Kantor Pos memberikan solusi terhadap keluhan kepada pelanggan.
6. (X23) Petugas Kantor Pos mengutamakan kepentingan pelanggan.
7. (X24) Jam pelayanan Kantor Pos sesuai kebutuhan pelanggan.
8. (X25) Petugas Kantor Pos memiliki rasa pengertian akan kebutuhan pelanggan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan kualitas pelayanan PT Pos Indonesia Kota Metro dapat dinilai menggunakan metode SERVQUAL dan dihasilkan prioritas perbaikan pada dimensi *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *tangible*, dan *empathy* dimana nilai *gap* untuk masing-masing dimensi secara berurutan adalah -1.31, -1.10, -1.01, -0.89, dan -0.53. Jika ditinjau dari sisi atribut, lima atribut yang dianggap responden perlu dilakukan peningkatan kualitas adalah atribut A8, A4, A7, A9, dan A17. Sedangkan lima atribut yang memiliki nilai *gap* mendekati ideal (nilai kinerja mendekati nilai harapan) adalah atribut A5, A24, A22, A23, dan A21.

Saran

Hasil penelitian ini merekomendasikan prioritas dimensi dan atribut yang perlu dilakukan perbaikan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan menggunakan dimensi dan atribut pada metode SERVQUAL, penelitian selanjutnya dapat menyusun strategi perbaikan yang tepat untuk memperbaiki kualitas pelayanan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Afthanorhan, A. et al., (2019). Assessing the Effects of Service Quality on Customer Satisfaction. *Management Science Letters*, 9(1), pp. 13-24.
- Azwar, . S., (2003). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- BPK RI, (2009). *JDIH BPK RI Database Peraturan*. [Online] Available at: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38783/uu-no-38-tahun-2009> [Accessed 03 Mei 2023].
- Deming, W. E., (1988). *Out of Crisis*. Cambridge: MIT, Center for Advanced Educational Services.
- Erni, N., Sriwana, I. K. & Yolanda, W. T., (2014). Peningkatan Kualitas Pelayanan dengan Metode SERVQUAL dan TRIZ di PT. XYZ. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 2(2).
- Feigenbaum, A. V., (1983). *Total Quality Control*. Third Edition ed. s.l.:McGraw-Hill.
- Gajewska, T., Zimon, D., Kaczor, G. & Madzík, P., (2019). The impact of the level of customer satisfaction on the quality of e-commerce services. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(4), pp. 666-684.
- Global Business Guide Indonesia, (2017). *Indonesia's Courier and Delivery Service Sector: E-commerce a Major Growth Driver*. [Online] Available at: http://www.gbgingonesia.com/en/services/article/2017/indonesia_s_courier_and_delivery_service_sector_e_commerce_a_major_growth_driver_11807.php [Accessed 1 June 2022].
- Gulc, A., (2020). Determinants of Courier Service Quality in e-Commerce from Customers' Perspective. *Quality Innovation Prosperity*, 24(2), pp. 137-152.
- Haming, M., Murdifin, I., Syaiful, A. Z. & Putra, A. H. P. K., (2019). The Application of SERVQUAL Distribution in Measuring Customer Satisfaction of Retails Company. *Journal of Distribution Science*, 17(2), pp. 25-31.
- Haromain, I. & Suprihhadi, H., (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Ahass Z618. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Ishikawa, K., (1985). *What is Total Quality Control? The Japanese Way*. s.l.:Prentice-Hall.
- Kompas, 2022. www.kompas.id. [Online] Available at: <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/11/14/jasa-pengiriman->

- tetap-berpeluang-tumbuh-di-triwulan-iv
[Accessed 03 Mei 2023].
- Lati, G. M. & Nurqaidah, P. F., (2021). Analisis Perbaikan Kualitas pada PT POS Indonesia KPRK Cikarang dengan Menggunakan Metode SERVQUAL Gap. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), pp. 33-40.
- Libo-on, J. T., (2021). Service Quality Influence on Customer Satisfaction in Courier Services: A Comparative Study. *American International Journal of Business Management*, 4(3), pp. 51-63.
- Nashihuddin, W., (2012). *Servqual; Metode Tepat Meningkatkan Kualitas Layanan Perpustakaan*. [Online] Available at: <https://digilib.undip.ac.id/2012/05/11/servqual-metode-tepat-meningkatkan-kualitas-layanan-perpustakaan/>
[Accessed 06 June 2022].
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L., (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), pp. 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L., (1990). Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception and Expectations. *The Free ReportLinker*, 2022. [Online] Available at: <https://www.reportlinker.com/p06020210/Indonesia-Freight-and-Logistics-Market-Growth-Trends-COVID-19-Impact-and-Forecasts.html>
[Accessed 03 Mei 2023].
- Saputra, A. & Sofiyannurriyanti, S., (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Ekspedisi dengan Metode Servqual dan Data Envelopment Analysis (DEA) di Kota Meulaboh. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 23(1), pp. 82-96.
- Sugiarsono, J., (2022). *SWA Business Champions*. [Online] Available at: <https://swa.co.id/business-champions/companies/corporate-transformation/pos-indonesia-transformasi-untuk-dukung-ambisi-jadi-market-leader>
[Accessed 03 Mei 2023].
- Sugiyono, (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, . F., (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Uzir, M. U. H. et al., 2021. The effects of service quality, perceived value and trust in home delivery service personnel on customer satisfaction: Evidence from a developing country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63(2021).
- Uzir, M. U. H., Hamid, A. B. A. & Latiff, A. S. A., (2020). Does customer satisfaction exist in purchasing and usage of electronic home appliances in Bangladesh through interaction effects of social media?. *International Journal of Business Excellence*, 23(1), p. 113–123.
- Widowati, I., Pratiwi, K. I. & Hermawan, A., (2023). Analisa Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang dengan Metode Servqual di PT Sicepat Ekspres Campaka Purwakarta. *Journal of Management and Industrial Engineering*, 2(1), pp. 104-117.
- Wulandari, C. & Satrianansyah, (2019). Implementasi Metode Servqual untuk Layanan Jasa Jalur Nugraha Ekakurir Express Kota Lubuklinggau. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 10(2), pp. 122-132.
- Yousapronpaiboon, K., (2014). *SERVQUAL: Measuring higher education service quality in Thailand*. Rome, Italy, Elsevier.

Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J., (2008). *Service Marketing*. s.l.:The McGraw Hill Companies, Inc.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. & Gremler, D. D., (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. 5 ed. Singapore: McGraw-Hill and Irwin.