



Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode *Servqual* di PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir

Andri Ikhwana¹, Farhan Nurhamdani²

Jurnal Kalibrasi
Institut Teknologi Garut
Jl. Mayor Syamsu No. 1 Jayaraga Garut 44151 Indonesia
Email : jurnal@itg.ac.id

¹andri_ikhwana@itg.ac.id

²1803030@itg.ac.id

Abstrak - Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting pada perusahaan jasa logistik dalam memberikan layanan yang berkualitas terhadap konsumennya. Perusahaan jasa logistik bertujuan untuk menyediakan layanan jasa pengiriman barang dari produsen hingga sampai ke konsumen. PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa logistik. Terdapat penurunan penggunaan jasa dan perubahan dominasi pangsa pasar yang sebelumnya didominasi perusahaan sehingga diusulkan untuk meningkatkan kualitas layanan yang berbasis kepada kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kualitas pelayanan yang terjadi di perusahaan disertai dengan urutan prioritas peningkatan layanan. Penelitian ini menggunakan *servqual*, *importance performance analysis (IPA)* dan *potential gain in customer value (PGCV)*. Metode *servqual* digunakan untuk mengetahui *gap* atau kesenjangan antara persepsi dan harapan, metode *importance performance analysis* digunakan untuk memetakan dan mengetahui indikator dari kualitas pelayanan yang harus diperbaiki, sedangkan metode *potential gain in customer value* digunakan untuk menentukan urutan prioritas layanan yang harus ditingkatkan. Hasil penelitian menggunakan metode *IPA* didapatkan bahwa terdapat enam indikator yang berada dalam kuadran A sebagai fokus perbaikan kualitas layanan disertai dengan urutan prioritas layanan yang harus ditingkatkan menggunakan metode *PGCV* serta dilakukan rencana perbaikan layanan terhadap setiap indikator yang berada pada kuadran A.

Kata Kunci - *Importance Performance Analysis*; Kualitas Pelayanan; *Potential Gain in Customer Value*; Saluran Distribusi.

I. PENDAHULUAN

Di era modern saat ini, terjadi peningkatan kebutuhan manusia khususnya pada aspek jasa pengiriman. Kebutuhan dalam bidang jasa pengiriman logistik terutama pengiriman barang secara mudah, cepat, praktis, dan aman menjadi suatu hal penting yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Tingginya antusiasme masyarakat terkait pelayanan pada jasa pengiriman barang terlihat melalui tingginya kebutuhan konsumen dan mulai berkembangnya bisnis toko online atau *e-commerce* di kalangan masyarakat luas [1]. Dengan munculnya fenomena tersebut, pertumbuhan dan perkembangan yang terjadi pada *e-commerce* dapat menjadi sebuah peluang bagi perusahaan ekspedisi terutama dalam proses jasa pengiriman barang [2]. Perkembangan tersebut juga dapat berdampak pada peningkatan distribusi barang dan jasa. Terpenuhinya harapan konsumen mengenai pelayanan yang baik menjadi bentuk penilaian positif bagi suatu perusahaan ekspedisi [3].

Kesesuaian antara spesifikasi dan kebutuhan pelanggan dengan perusahaan pengiriman barang menjadi suatu hal yang penting, sehingga perusahaan ekspedisi perlu memiliki kemampuan dalam melakukan berbagai

bentuk aktivitas yang berbeda-beda dengan konsumennya [4]. Salah satu aset penting perusahaan dalam pendistribusian barang ialah sistem logistik yang cerdas dan efisien [5]. Aktivitas logistik memegang peranan penting dalam proses bisnis dan perdagangan dimana terdapat proses distribusi untuk menyalurkan barang/produk dari produsen/penjual kepada konsumen [6]. Kemunculan *e-commerce* juga menjadi sebuah tantangan baru yang harus dihadapi oleh sejumlah perusahaan ekspedisi, hal ini diakibatkan oleh semakin maraknya kemunculan perusahaan penyedia jasa pengiriman barang baru yang sejenis. Hal ini mewajibkan perusahaan ekspedisi dalam memberikan kualitas terbaik pada pelayanan jasa dan meningkatkan sifat kompetitifnya demi tercapainya kepuasan konsumen dan kualitas layanan yang baik [7]. Pergerakan usaha dari para pesaing pun perlu diperhatikan oleh setiap pelaku usaha agar semakin terpacu untuk terus melakukan inovasi. Kondisi ini mempunyai peranan yang cukup penting bagi perusahaan [8].

PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau JNE merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang ekspedisi yang memberikan layanan dalam pengiriman barang jasa, dokumen-dokumen dan urusan jasa kepabeanan. Berbagai macam layanan yang ditawarkan oleh perusahaan JNE diantaranya yaitu aplikasi *My JNE* berbasis android yang berfungsi untuk memeriksa tarif pengiriman, status pengiriman pesanan dan *update* lokasi barang pesanan, COD JNE ialah layanan bayar ditempat, JNE Reg merupakan layanan kisaran waktu sampai pesanan 1–7 hari, JNE YES merupakan layanan dengan estimasi waktu sampai di lokasi penerima pada esok hari dan jaminan uang kembali, JNE OKE merupakan layanan tarif ekonomis serta JNE SS (*SuperSpeed*) merupakan layanan yang berfokus terhadap kecepatan dan waktu sampai sesuai dengan yang dijadwalkan.

Berdasarkan data *Top Brand Award* Jasa Kurir dari tahun 2015-2021, perusahaan JNE menduduki posisi teratas sebagai perusahaan jasa pengiriman barang yang paling diminati dari tahun 2015 sampai tahun 2020 [2]. Terlihat bahwa pada tahun 2021, para perusahaan ekspedisi memiliki kenaikan persentase yang cukup signifikan. Namun pada tahun 2021, data *Top Brand Award* memaparkan bahwa perusahaan pesaing menjadi perusahaan yang menempatkan peringkat pertama dengan jumlah persentase sebesar 33,4 % sedangkan perusahaan JNE berada pada peringkat kedua dengan jumlah persentase sebesar 28 %. Hal ini menunjukkan bahwa posisi JNE sudah tidak mendominasi lagi seperti tahun-tahun sebelumnya yang berakibat pada pangsa pasar sebagian besar didominasi oleh pesaing. Hal tersebut menimbulkan persaingan bisnis yang semakin ketat, sehingga perusahaan JNE diharuskan untuk memiliki keunggulan bersaing dalam hal tersebut, salah satunya adalah meningkatkan kualitas layanan yang berbasis pada harapan maupun kebutuhan pelanggan [9].

Pemberian kepuasan terhadap konsumen dapat berpengaruh terhadap keberhasilan dari suatu perusahaan. Dalam menjalankan sistem, perusahaan biasanya melakukan kegiatan yang berfokus terhadap harapan pelanggan selaku pengguna jasa sehingga dapat terjalin suatu aktivitas yang efektif dan efisien dalam upaya penyediaan jasa yang berkualitas dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen [10]. Berdasar hal itu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Servqual Di PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir”.

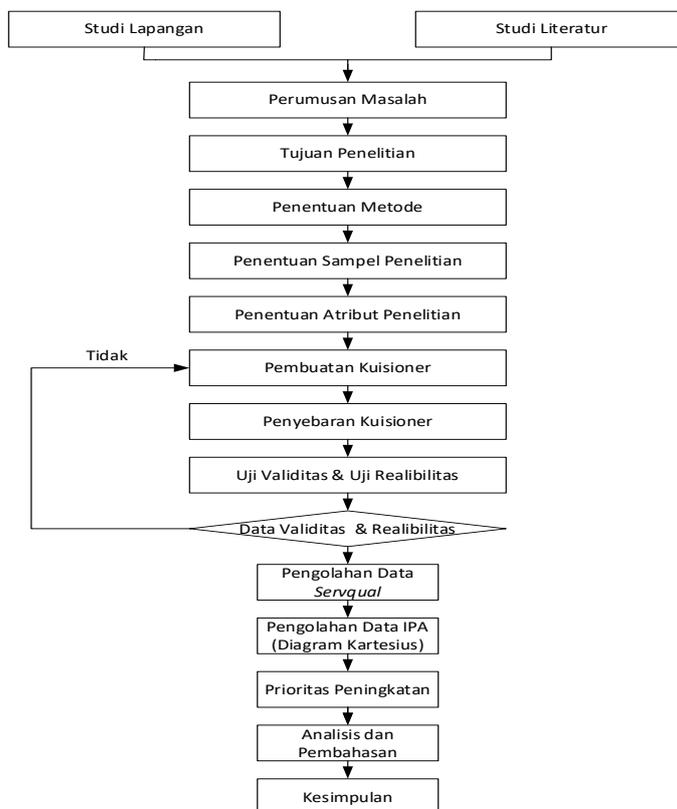
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran peningkatan kualitas pelayanan serta prioritas peningkatan kualitas pelayanan di PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan yang optimal terhadap kepuasan pelanggan.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur seberapa valid dan reliabel data hasil kuesioner yang telah dilakukan serta penggunaan metode kualitatif untuk menjelaskan dan mendeskripsikan hasil dari pengimplementasian metode-metode penelitian yang digunakan serta memaparkan rencana perbaikan layanan yang akan dilakukan guna peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pengumpulan datanya, penelitian ini menggunakan teknik kuesioner, observasi langsung dan studi pustaka. Penyebaran kuesioner digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan peneliti dan observasi meliputi kegiatan pengamatan dan pencatatan informasi yang berkaitan objek perusahaan, topik penelitian serta melakukan dokumentasi. Studi pustaka dilakukan guna mempelajari beberapa jurnal-jurnal

yang berhubungan dengan topik penelitian [11]. Diagram alir penelitian dijelaskan pada gambar 1.



Gambar 1: Diagram Alir Penelitian

A. Identifikasi Masalah

Perumusan masalah pada penelitian ini parameternya pada kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan perusahaan JNE yang akhir-akhir ini mengalami penurunan penggunaan jasa dan posisi yang tahun-tahun sebelumnya mendominasi pangsa pasar terdapat dari data *Top Brand Awards* Jasa Kurir tahun 2015-2021.

B. Penentuan Sampel

Diketahui bahwa menentukan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, rumus ini digunakan untuk jumlah populasi yang tidak diketahui [12]. Rumus Lemeshow ialah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P(1-P)}{d^2} = \frac{(1,96)^2 \times 0,5(0,5)}{0,1^2} = 96,04 \approx 100$$

Maka jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini sebanyak 96,04 dan dibulatkan menjadi 100 orang.

C. Pengolahan dan Pembahasan Data

Pengolahan data dilakukan menggunakan metode *servqual*, *importance performance analysis* dan *potential gain in customer value*. Setelah itu, dilakukan pembahasan dan analisis data untuk memberikan usulan mengenai rencana perbaikan layanan terkait dengan peningkatan kualitas layanan pada perusahaan JNE. Berikut merupakan penjelasan setiap tahapan pengolahan data secara terperinci.

1. *Servqual*

Metode *servqual* digunakan untuk mengetahui kesenjangan antara persepsi dan harapan konsumen pada

setiap indikator kualitas layanan. Rumusnya yaitu:

$$Gap = X \text{ (nilai persepsi)} - Y \text{ (nilai harapan)}$$

2. *Importance Performance Analysis*

Metode *importance performance analysis* digunakan untuk pemetaan hubungan antara persepsi dan harapan konsumen dengan representasi diagram kartesius. Rumusnya yaitu:

$$X = \frac{\sum \bar{X}}{n} \qquad Y = \frac{\sum \bar{Y}}{n}$$

Keterangan:

$\sum \bar{X}$: Jumlah rata-rata nilai persepsi

$\sum \bar{Y}$: Jumlah rata-rata nilai harapan

N : Jumlah indikator

3. *Potential Gain in Customer Value*

Metode *potential gain in customer value* digunakan untuk mengetahui urutan prioritas perbaikan sebuah kualitas pelayanan. Rumusnya yaitu:

1. $ACV = \bar{X} \times \bar{Y}$

2. $UDCV = \bar{Y} \times \bar{X}_{max}$

3. Indeks PGCV = $UDCV - ACV$

Keterangan:

\bar{X} = Rata-rata nilai persepsi (*performance*)

\bar{Y} = Rata-rata nilai harapan (*importance*)

\bar{X}_{max} = Nilai maksimal tingkat persepsi (*performance*)

4. Rencana Perbaikan Layanan

Setelah mengetahui pemetaan dan urutan prioritas layanan, langkah selanjutnya yaitu merencanakan perbaikan layanan yang harus dilakukan pada indikator tertentu dalam upaya meningkatkan kualitas layanan perusahaan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Service Quality*

Perhitungan kesenjangan kualitas pelayanan antara persepsi dan harapan yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1: *Gap* atau Kesenjangan Antara Persepsi Dan Harapan

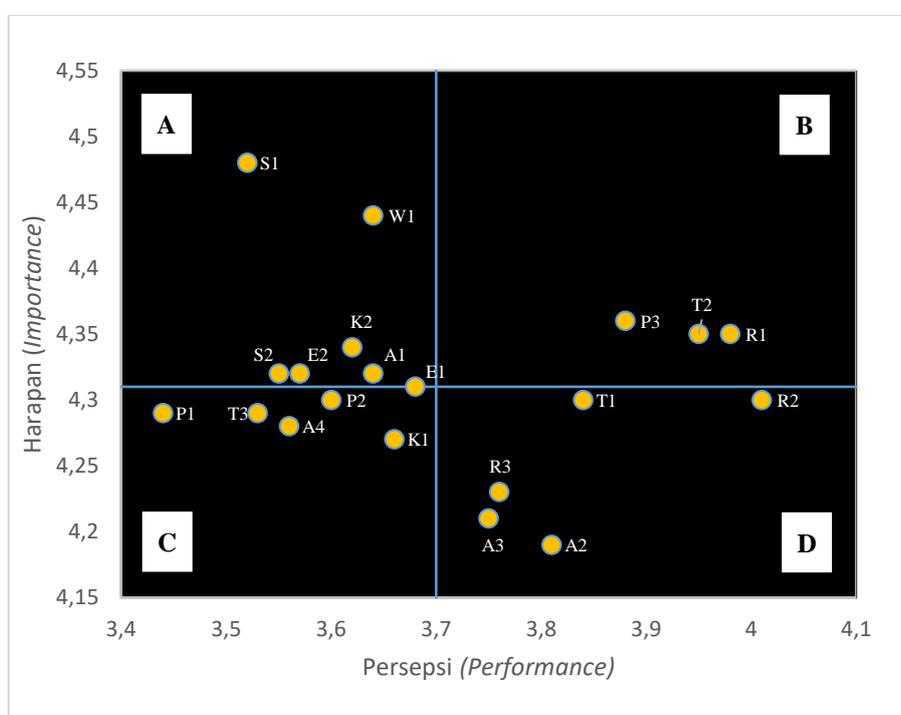
Kode	Indikator	Persepsi	Harapan	Gap
T1	Ketersediaan agen yang banyak	3,84	4,30	-0,46
T2	Lokasi agen pengiriman yang mudah dijangkau	3,95	4,35	-0,40
T3	Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman	3,53	4,29	-0,76
R1	Pesanan sampai sesuai dengan identitas penerima	3,98	4,35	-0,37
R2	Kesesuaian jumlah pesanan yang diterima	4,01	4,30	-0,29
R3	Tarif layanan yang ditawarkan bersaing	3,76	4,23	-0,47
P1	Ketersediaan akses untuk menampung keluhan konsumen	3,44	4,29	-0,85
P2	Kesigapan dalam menangani komplain/ masalah layanan	3,60	4,30	-0,70
P3	Kemudahan akses informasi mengenai status pengiriman pesanan	3,88	4,36	-0,48
A1	Kualitas layanan sesuai dengan yang ditawarkan	3,64	4,32	-0,68
A2	Keterbukaan informasi transaksi kepada pemesan (pra bayar/COD)	3,81	4,19	-0,38
A3	Ketersediaan informasi mengenai jenis barang yang dikirim	3,75	4,21	-0,46
A4	Ketersediaan jaminan ganti rugi apabila pesanan hilang	3,56	4,28	-0,72
E1	Pesanan diperhatikan sesuai dengan kepentingan konsumen	3,68	4,31	-0,63

Kode	Indikator	Persepsi	Harapan	Gap
E2	Karyawan dapat memahami kebutuhan konsumen	3,57	4,32	-0,75
S1	Pesanan dikirimkan dengan cepat	3,52	4,48	-0,96
S2	Pesanan dipersiapkan dengan cepat	3,55	4,32	-0,77
K1	Layanan jasa yang ditawarkan beragam	3,66	4,27	-0,61
K2	Terdapat potongan harga pada layanan yang ditawarkan	3,62	4,34	-0,72
W1	Pesanan yang diterima sesuai dengan yang dijadwalkan	3,64	4,44	-0,80

Dari hasil rekapitulasi nilai kesenjangan atau *gap* tiap indikator pada tabel 1, terlihat bahwa semua indikator mempunyai nilai kesenjangan negatif yang menunjukkan bahwa nilai persepsi atau kinerja perusahaan setiap indikator lebih rendah dibandingkan nilai harapan atau keinginan pelanggan sehingga pelanggan menginginkan adanya harapan kualitas pelayanan JNE yang dapat ditingkatkan lagi.

B. Importance Performance Analysis

Berikut merupakan gambaran kualitas pelayanan perusahaan yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 2: Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan JNE

Berdasarkan representasi diagram kartesius pada gambar 2, indikator yang masuk ke dalam kuadran A ialah indikator A1, E2, S1, S2, K2 serta W1. Indikator yang masuk ke dalam kuadran B diantaranya yaitu indikator T2, R1, P3. Indikator yang masuk ke dalam kuadran C ialah indikator T3, P1, P2, A4, E1 serta K1. Indikator yang masuk ke dalam kuadran D diantaranya yaitu T1, R2, R3, A2) serta A3. Berdasarkan keempat kuadran diatas, kuadran A yang menjadi fokus perbaikan kualitas pelayanan dimana indikator-indikator tersebut memiliki tingkat kinerja rendah dan tingkat harapan yang tinggi sehingga perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanannya pada kuadran tersebut.

C. Potential Gain in Customer Value

Perhitungan nilai potential gain in customer value untuk menentukan urutan prioritas perbaikan layanan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2: Urutan Prioritas Peningkatan Layanan

Kuadran	Kode	Indikator	PGCV	Rank
A	S1	Pesanan dikirimkan dengan cepat	6,63	1
	S2	Pesanan dipersiapkan dengan cepat	6,26	2
	E2	Karyawan dapat memahami kebutuhan konsumen	6,18	3
	W1	Pesanan yang diterima sesuai dengan yang dijadwalkan	6,04	4
	K2	Terdapat potongan harga pada layanan yang ditawarkan	5,99	5
	A1	Kualitas layanan sesuai dengan yang ditawarkan	5,88	6

Berdasarkan pada tabel 2, indikator yang berada pada kuadran A harus dilakukan perbaikan dengan urutan prioritas peningkatan yang telah ditentukan diantaranya yaitu indikator pesanan dikirimkan dengan cepat (S1) dengan urutan prioritas peningkatan pertama, indikator pesanan dipersiapkan dengan cepat (S2) dengan urutan prioritas peningkatan kedua, indikator karyawan dapat memenuhi kebutuhan konsumen (E2) dengan urutan prioritas peningkatan ketiga, indikator pesanan yang diterima sesuai dengan yang dijadwalkan (W1) dengan urutan prioritas peningkatan keempat, indikator terdapat potongan harga pada layanan yang ditawarkan (K2) dengan urutan prioritas peningkatan kelima serta indikator kualitas layanan sesuai dengan yang ditawarkan (A1) dengan urutan prioritas peningkatan terakhir yaitu urutan prioritas keenam.

D. Rencana Perbaikan Layanan

Berdasarkan pemetaan dan urutan prioritas perbaikan layanan yang telah dilakukan. Rencana perbaikan layanan pada indikator yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya yaitu:

- Indikator pesanan dikirimkan dengan cepat (S1) : Penataan ulang rencana sistem estimasi pengiriman dengan cara merencanakan sistem estimasi pengiriman dan menciptakan alur pengiriman barang yang efektif dan efisien dengan berbagai macam plan [13].
- Indikator pesanan dipersiapkan dengan cepat (S2) : Memperbaiki manajemen gudang yang seringkali terjadinya kelebihan barang kiriman atau *overload* sehingga karyawan lambat dan kewalahan dalam mempersiapkan barang pesanan konsumen Solusinya dengan menambah karyawan pelaksana gudang guna mempersiapkan pesanan dengan cepat [14].
- Indikator karyawan dapat memenuhi kebutuhan konsumen (E2) : Mengadakan dan melaksanakan pelatihan dan pengembangan SDM secara berkala untuk para karyawan guna mendapatkan pengetahuan yang mumpuni dan karyawan semakin terampil dalam melaksanakan pekerjaannya [15].
- Indikator pesanan yang diterima sesuai dengan yang dijadwalkan (W1) : Memperbaiki manajemen gudang yang seringkali terjadinya kelebihan barang kiriman atau *overload* sehingga pesanan sampai tidak tepat waktu. Solusinya dengan menambah kendaraan pengiriman antar kota dan menambah kurir pengiriman untuk dapat memenuhi pengiriman pesanan yang tepat waktu [14].
- Indikator terdapat potongan harga pada layanan yang ditawarkan (K2) : Memberikan berbagai macam diskon dan gratis ongkir secara berkala terutama pada hari-hari penting seperti bulan ramadhan dan tahun baru guna meningkatkan kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan JNE [16].
- Indikator layanan sesuai dengan yang ditawarkan (A1) : Mengkaji ulang estimasi waktu pengiriman yang disesuaikan dengan biaya operasional dan jarak yang ditempuh guna memperoleh biaya dan ketentuan layanan yang sesuai dengan apa yang akan dirasakan oleh konsumen [13].

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka didapatkan kesimpulan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut.

- Terdapat beberapa indikator yang berada pada kuadran A yang yang berarti pelayanan yang diberikan memiliki tingkat kinerja yang rendah dibandingkan tingkat harapan yang diinginkan pelanggan. Indikator yang perlu dilakukan perbaikan atau peningkatan kualitas layanan pada PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir diantaranya yaitu indikator A1 (Kualitas layanan sesuai dengan yang ditawarkan), indikator E2

(Karyawan dapat memenuhi kebutuhan konsumen), indikator SI (Pesanan dikirimkan dengan cepat), indikator S2 (Pesanan dipersiapkan dengan cepat), indikator K2 (Terdapat potongan harga pada layanan yang ditawarkan) serta indikator W1 (Pesanan yang diterima sesuai dengan yang dijadwalkan).

- Urutan prioritas peningkatan kualitas pelayanan di PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir diantaranya yaitu indikator pesanan dikirimkan dengan cepat (S1) dengan urutan prioritas peningkatan pertama, indikator pesanan dipersiapkan dengan cepat (S2) dengan urutan prioritas peningkatan kedua, indikator karyawan dapat memenuhi kebutuhan konsumen (E2) dengan urutan prioritas peningkatan ketiga, indikator pesanan yang diterima sesuai dengan yang dijadwalkan (W1) dengan urutan prioritas peningkatan keempat, indikator terdapat potongan harga pada layanan yang ditawarkan (K2) dengan urutan prioritas peningkatan kelima serta indikator kualitas layanan sesuai dengan yang ditawarkan (A1) dengan urutan prioritas peningkatan terakhir yaitu urutan prioritas keenam.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sattar, Mihani, and D. S. Wahyuni, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv Bahagia Samarinda," vol. 1, no. 2, pp. 98–107, 2021, [Online]. Available: [https://idr.uin-antasari.ac.id/id/eprint/17878%0Ahttp://idr.uin-antasari.ac.id/17878/6/6.BAB III.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/id/eprint/17878%0Ahttp://idr.uin-antasari.ac.id/17878/6/6.BAB%20III.pdf)
- [2] P. N. Berliana, Suharyati, and T. Handayani, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Jne Cabang Corolet, Daerah Tangerang Selatan)," *Pros. Biema*, vol. 1, no. 1, pp. 440–546, 2020.
- [3] F. S. Lubis, A. P. Rahima, M. I. H. Umam, and M. Rizki, "Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru," *J. Sains, Teknol. dan Ind.*, vol. 17, no. 1, p. 25, 2020, doi: 10.24014/sitekin.v16i2.9366.
- [4] A. Ridwan and Muhajirin, "Pengaruh Tingkat Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Sicepet Expres Kota Bima Akhmad," *Satyagraha*, vol. 04, no. 02, pp. 73–89, 2021.
- [5] D. Chandradinata, D. S. Taptajani, and R. Wibawa, "Penentuan Depot Plastik Menggunakan Metode MDVRP," *J. Kalibr.*, vol. 18, no. 1, pp. 36–45, 2020, doi: 10.33364/kalibrasi/v.18-1.700.
- [6] H. Aulawi, R. Kurniawati, and V. V. Pratama, "Analisa Keputusan Pemilihan Jasa Ekspedisi dengan Metode AHP dan Borda," *J. Kalibr.*, vol. 18, no. 1, pp. 23–29, 2020, doi: 10.33364/kalibrasi/v.18-1.724.
- [7] D. F. Hakim and A. Febrianti, "Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode IPA dan CSI Pada Plasa Telkom Group Witel Bandung Barat," vol. 22, pp. 1–13, 2022.
- [8] A. Ikhwana and M. K. Dewi, "Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Batik Lokal Melalui Teknologi Informasi," *J. Kalibr.*, vol. 18, no. 2, pp. 58–65, 2021, doi: 10.33364/kalibrasi/v.18-2.737.
- [9] R. Susanti, Tonich, and R. Alexandro, "Kualitas Pelayanan Jasa Pada Usaha Laundry Ririn Di Jalan G. Obos XII Kota Palangka Raya," vol. 2019, no. 11, pp. 244–251, 2019.
- [10] F. M. Kalijogo, "Analisis Kualitas pelayanan Pasien Klinik Pratama Dengan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis," *J. Ekon. Bisnis, dan Akunt.*, vol. 21, no. 3, 2019, doi: 10.32424/jeba.v21i3.1366.
- [11] E. Zuraidah, "Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji dengan Metode Servqual (Service Quality)," *Prosisko*, vol. Vol.5, no. No. 2, pp. 137–139, 2018, [Online]. Available: <https://ejurnal.lppmunsera.org/index.php/PROSISKO/article/view/726/756>
- [12] Y. Septiani, E. Aribbe, and R. Diansyah, "Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrab Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrab Pekanbaru)," *J. Teknol. Dan Open Source*, vol. 3, no. 1, pp. 131–143, 2020, doi: 10.36378/jtos.v3i1.560.
- [13] R. M. Firdhousa, I. Baihaqi, and D. S. Ardiantono, "Evaluasi Kualitas Pelayanan Last-Mile Logistic pada JNE Express," *J. Tek. ITS*, vol. 10, no. 1, 2021, doi: 10.12962/j23373539.v10i1.60421.
- [14] Z. Fanani, N. B. Puspitasari, A. Susanty, A. R. Andini, and R. Rumita, "Analisis Logistic Service Quality Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Jasa Pengiriman Jne Express," *J. Tek. Ind.*, vol. 15, no.

- 2, pp. 73–81, 2020.
- [15] N. I. Prima, S. Sujiono, and H. Sumarsono, “Pentingnya Penerapan Model Service Quality (Servqual) Dalam Perbaikan Kualitas Layanan Jasa Pengiriman Barang Pada Kantor Pos Ponorogo,” *ISOQUANT J. Ekon. Manaj. dan Akunt.*, vol. 2, no. 2, p. 50, 2018, doi: 10.24269/iso.v2i2.190.
- [16] L. Ratnawaty, “Prosedur Baku Pelaksanaan Tanggung Jawab Terhadap Pengiriman Barang Oleh,” vol. 9, no. 1, pp. 61–72, 2022.