

## LAPORAN PENELITIAN



**Analisis Kesenjangan dan Prioritas Peningkatan Kualitas  
Pelayanan Menggunakan SERVQUAL dan IPA pada PT Ninja  
Express Cabang Kampar**

### TIM PENGUSUL

<b>KETUA</b>	<b>:</b>	<b>LAILATUL SYIFA TANJUNG, S.T., M.T</b>	<b>NIDN :1016029601</b>
<b>ANGGOTA</b>	<b>:</b>	<b>EMON AZRIADI, S.T.M.T.</b>	<b>NIDN :1001117701</b>
		<b>ARIS FIATNO, S.T., M.T</b>	<b>NIDN : 1013037901</b>
		<b>RAY NOLD PADRI</b>	<b>NIM : 2126201020</b>
		<b>RIO BAYU RAMADHAN</b>	<b>NIM : 2326201017</b>

**PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI  
TA 2025/2026**

## HALAMAN PENGESAHAN PENELITIAN

Judul Penelitian : Analisis Kesenjangan dan Prioritas Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan SERVQUAL dan IPA pada PT. Ninja Express Cabang Kampar

Unit Lembaga Pengusul : Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

Ketua Tim Pengusul

a. Nama Lengkap : Lailatul Syifa Tanjung, S.T.,M.T

b. NIDN : 1016029601

c. Pangkat/Golongan : Lektor

d. Jurusan/Fakultas : Teknik Industri/Fakultas Teknik

e. Perguruan Tinggi : Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

f. Bidang Keahlian : Supply Chain Management

g. Alamat Kantor : Jl.Raya Pekanbaru – Bangkinang

h. Alamat Rumah : Perumahan Damai Langgeng Blok 1/6 No.4

Anggota Tim Pengusul

a. Jumlah Anggota : 5 orang

b. Nama : Emon Azriadi, S.T., M.T. /1001117701

Anggota/NIDN/ NIM : Aris Fiatno, S.T., M.T. / 1013037901

Ray Nold Padri /2126201019

Rio Bayu Ramadhan / 2126201010

c. Lokasi Kegiatan

1) Mitra PKM : Jl. M.Yamin, Bangkinang

2) Kabupaten/Kota : Banginang

3) Provinsi : Riau

4) Jarak PT ke lokasi : 10 Km

Biaya Penelitian : Rp 10.250.000,-

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Teknik  
Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai

Bangkinang, 16 Januari 2026  
Ketua Peneliti



**Emon Azriadi, ST., M.Sc**  
NIP-TT 096.542.194

**Lailatul Syifa Tanjung, S.T., M.T**  
NIP-TT 101029069



Menyetujui,  
Ketua LPPM Universitas Palawan Tuanku Tambusai

**Dr. Musnar Indra Daulay, M.Pd**  
NIP-TT 096.542.108

## IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Penelitian : Analisis Kesenjangan dan Prioritas Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan SERVQUAL dan IPA pada PT. Ninja Express Cabang Kampar

2. Tim Peneliti :

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Program Studi
1.	Lailatul Syifa Tanjung, S.T.,M.T	Dosen	Supply Chain Management	S1 Teknik Industri
2	Emon Azriadi, S.T., M.Sc.	Dosen	Kualitas	S1 Teknik Industri
3	Aris Fiatno, S.T., M.T.	Dosen	Manitenance	S1 Teknik Industri

3. Objek Penelitian penciptaan (jenis material yang akan diteliti dan segi penelitian) : Analisis Kesenjangan dan Prioritas Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan SERVQUAL dan IPA pada PT. Ninja Express Cabang Kampar.

4. Masa Pelaksanaan

Mulai : bulan Oktober tahun 2025

Berakhir : bulan Januari tahun 2026

5. Lokasi Penelitian (lab/lapangan) Divisi Pelayanan PT. Ninja Express Cabang Kampar

6. Instansi lain yang terlibat (jika ada, dan uraikan apa kontribusinya)

-

8. Jurnal ilmiah yang menjadi sasaran (tuliskan nama terbitan berkala ilmiah internasional bereputasi, nasional terakreditasi, atau nasional tidak terakreditasi dan tahun rencana publikasi)

Jurnal Teknik Industri Terintegrasi, tahun publikasi 2026;

## DAFTAR ISI

<b>Cover</b>	
<b>Pengesahan.....</b>	<b>ii</b>
<b>Identitas Dan Uraian Umum .....</b>	<b>iii</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>iv</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>v</b>
<b>Daftar Tabel .....</b>	<b>v</b>
<b>Ringkasan.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	6
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengendalian Kualitas.....	9
2.2 Komponen Penting Logistik .....	10
2.3 Kepuasan Konsumen.....	
2.4 SERVQUAL (Service Quality) .....	
2.5 Populasi dan Sampel .....	
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	14
3.2 Implementasi Metode.....	14
<b>BAB IV BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN</b>	
3.1 Anggaran Biaya .....	18
3.2 Jadwal Penelitian .....	19
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	
5.1 Karakteristik Responden Penelitian .....	20
5.2 Pengolahan Data Kuesioner .....	20
5.3 Uji Validitas .....	21
5.4 Uji Reliabilitas .....	21
5.5 Analisis Service Quality .....	22
5.6 Analisis Harapan Pelanggan .....	23
5.7 Analisis Kesenjangan (Gap) Kualitas Pelayanan.....	24
5.8 Hasil Evaluasi Kualitas Pelayanan.....	24
5.9 Rekomendasi Perbaikan.....	26
<b>BAB VI PENUTUP.....</b>	<b>27</b>

6.1	Kesimpulan .....	27
6.2	Saran .....	27

## **DAFTAR PUSTAKA**

## RINGKASAN

Persaingan yang semakin ketat pada industri jasa ekspedisi menuntut perusahaan untuk mampu memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan dan mempertahankan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan jasa ekspedisi di PT Ninja Express Cabang Kampar serta menentukan prioritas perbaikan pelayanan menggunakan metode Service Quality (SERVQUAL) dan Importance–Performance Analysis (IPA). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap pelanggan PT Ninja Express Cabang Kampar. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang mengukur persepsi dan harapan pelanggan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Analisis SERVQUAL dilakukan untuk mengetahui kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan, sedangkan metode IPA digunakan untuk memetakan tingkat kepentingan dan kinerja setiap atribut pelayanan ke dalam diagram kartesius. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa atribut pelayanan yang memiliki nilai kesenjangan negatif, yang menandakan bahwa kualitas pelayanan belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Selain itu, hasil pemetaan IPA menunjukkan adanya atribut pelayanan yang berada pada kuadran prioritas utama sehingga memerlukan perhatian dan perbaikan segera dari pihak perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi PT Ninja Express Cabang Kampar dalam meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang kualitas pelayanan jasa logistik..

**Kata Kunci :** Importance–Performance Analysis, Kepuasan Pelanggan, Jasa Ekspedisi, Kualitas Pelayanan, SERVQUAL.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan sektor perdagangan elektronik (e-commerce) yang semakin pesat telah mendorong meningkatnya kebutuhan akan jasa ekspedisi sebagai bagian penting dari sistem logistik. Jasa pengiriman tidak hanya dituntut untuk mampu mengantarkan barang dengan cepat dan tepat, tetapi juga harus memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi faktor kunci bagi perusahaan jasa ekspedisi untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

PT Ninja Express merupakan salah satu perusahaan jasa ekspedisi yang berperan dalam mendukung distribusi barang, khususnya pada layanan pengiriman last-mile delivery. Cabang Kampar sebagai salah satu unit operasional PT Ninja Express melayani pelanggan dengan karakteristik dan kebutuhan yang beragam. Tingginya volume pengiriman serta intensitas interaksi antara pelanggan dan perusahaan berpotensi menimbulkan perbedaan antara harapan pelanggan dengan kinerja pelayanan yang dirasakan. Apabila perbedaan tersebut tidak dikelola dengan baik, maka dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan dan berdampak pada citra perusahaan.

Kualitas pelayanan jasa bersifat tidak berwujud (intangible) sehingga pengukurannya memerlukan pendekatan yang sistematis dan terstruktur. Salah satu metode yang banyak digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah metode Service Quality (SERVQUAL), yang menilai kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan berdasarkan lima dimensi, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Melalui metode SERVQUAL, perusahaan dapat mengetahui atribut pelayanan yang belum memenuhi harapan pelanggan serta mengidentifikasi tingkat kesenjangan kualitas pelayanan yang terjadi.

Namun demikian, hasil pengukuran kualitas pelayanan saja belum cukup untuk menentukan strategi perbaikan yang efektif. Diperlukan suatu metode yang mampu memetakan tingkat kepentingan dan kinerja setiap atribut pelayanan agar perusahaan dapat memfokuskan sumber daya pada aspek yang paling prioritas. Importance–Performance Analysis (IPA) merupakan metode yang dapat digunakan

untuk mengklasifikasikan atribut pelayanan ke dalam empat kuadran berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerjanya, sehingga memudahkan manajemen dalam menentukan prioritas peningkatan kualitas pelayanan.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan penelitian yang mengintegrasikan metode SERVQUAL dan Importance–Performance Analysis (IPA) untuk mengevaluasi kualitas pelayanan jasa ekspedisi di PT Ninja Express Cabang Kampar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat kesenjangan kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan serta menentukan atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan. Hasil penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan evaluasi dan perumusan strategi peningkatan kualitas layanan, tetapi juga menjadi kontribusi akademik dalam penerapan konsep manajemen kualitas dan kepuasan pelanggan pada sektor jasa logistik.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dari laporan ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Tingkat kualitas pelayanan jasa ekspedisi PT. Ninja Express Cabang Kampar berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan?
2. Atribut pelayanan apa saja yang mengalami kesenjangan (gap) antara harapan dan persepsi pelanggan pada PT. Ninja Express Cabang Kampar?
3. Bagaimana Tingkat kepentingan dan kinerja setiap atribut kualitas pelayanan berdasarkan metode Importance – Performance Analysis (IPA)?
4. Atribut kualitas pelayanan apa saja yang menjadi prioritas utama perbaikan pelayanan pada PT. Ninja Express Cabang Kampar berdasarkan pemetaan kuadran IPA?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Mengukur tingkat kualitas pelayanan jasa ekspedisi PT Ninja Express Cabang Kampar berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan menggunakan metode SERVQUAL
2. Mengidentifikasi kesenjangan (gap) kualitas pelayanan pada setiap dimensi SERVQUAL di PT Ninja Express Cabang Kampar.
3. Menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja atribut kualitas pelayanan menggunakan metode Importance–Performance Analysis (IPA).
4. Menentukan atribut pelayanan yang menjadi prioritas utama perbaikan kualitas



pelayanan pada PT Ninja Express Cabang Kampar sebagai dasar rekomendasi peningkatan layanan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Pengendalian Kualitas**

Kata kualitas memiliki banyak defenisi yang berbeda dan bervariasi dari yang konvensional sampai yang lebih strategik untuk menjamin agar kegiatan produksi dan operasi yang dilaksanakan Pengendalian dan pengawasan adalah kegiatan yang dilakukan sesuai dengan yang direncanakan dan apabila terjadi penyimpangan tersebut dapat dikoreksi sehingga apa yang diharapkan dapat tercapai. Adapun pengertian pengendalian kualitas menurut Sofjan Assauri, usaha untuk mempertahankan mutu atau kualitas dari kegiatan yang dihasilkan, agar sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan berdasarkan kebijaksanaan pimpinan perusahaan (Paulin, 2022).

Tujuan dari kegiatan pengendalian kualitas untuk menghindari serta mengurangi pengeluaran-pengeluaran dalam pekerjaan yang terjadi karena kelalaian. Artinya, pekerjaan dapat dilakukan dan diselesaikan secara efektif dan efisien sehingga organisasi bisa terdorong untuk mewujudkan tujuannya dan mendapatkan jaminan bahwa kualitas produk atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan dengan mengeluarkan biaya yang ekonomis atau serendah mungkin (Lestari & Widajanti, 2024).

#### **2.2 Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono dalam Indrasari(2019) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan (Apriliana, 2022).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian dari strategi Manajemen Pemasaran. Kualitas pelayanan telah menjadi satu tahap factor dominan terhadap keberhasilan satu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh

kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan social budaya masyarakat. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan (Sumarsid & Paryanti, 2022).

Kualitas layanan adalah model yang menggambarkan kondisi pelanggan dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut, dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan. kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Juga dijelaskan bahwa kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan oleh pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukan dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau pihak penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas (Zulkarnaen et al., 2020)..

### **2.3 Kepuasan Konsumen**

kepuasan sebagai respon pemenuhan pelanggan, yang merupakan evaluasi sekaligus respons berbasis emosi terhadap suatu layanan. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena adanya perbandingan antara keinginan dan kinerja perusahaan yang berorientasi pada produk atau nilai yang ditawarkan terhadap harapan pelanggan Darmawan,(2021). Zeithaml *et al.* (2002) menyatakan kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan terhadap produk perihal menilai kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (Mardikaningsih, 2021).

## 2.4 SERVQUAL (Service Quality)

Service quality adalah metode empirik yang dapat digunakan oleh perusahaan jasa untuk meningkatkan kualitas jasa pelayanan mereka. Pelayanan dapat dikatakan memuaskan jika sebuah pelayanan jasa dapat melebihi Ekspektasi dari konsumen. Metode Servqual digunakan untuk mengetahui perbedaan kenyataan dengan harapan dari konsumen, metode Servqual dikembangkan dengan maksud untuk membantu manajer dalam menganalisis sumber masalah kualitas dan memahami cara-cara memperbaiki kualitas jasa (Fahri Danianto, 2022a).

Analisis gap ServQual menunjukkan sejauh mana kualitas pelayanan suatu organisasi telah memenuhi harapan pelanggan dan menunjukkan fitur kualitas mana yang perlu diperbaiki. Awaludin, Gani, Gardenia (2024) sebelumnya telah menggunakan metode ServQual untuk menilai kualitas pelayanan di berbagai industri. Hasilnya menunjukkan bahwa metode ServQual efektif dalam menemukan perbedaan antara persepsi dan harapan pelanggan dan membantu organisasi membuat rencana untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka.

Servqual merupakan suatu metode yang diturunkan secara empiris yang dapat digunakan oleh organisasi pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Model servqual yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam artikel servqual, *A Multiple-item scale for measuring customer discernments of benefit quality* (1985), terdiri dari lima dimensi utama yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu (Amalia & Murniawaty, 2020).

- 1) dimensi kehandalan (*reliability*).
- 2) ketanggapan (*responsiveness*).
- 3) jaminan (*assurance*).
- 4) empati (*emphaty*).\

5) bukti fisik (*tangible*).

Masing-masing dimensi mempunyai indikatornya untuk mengukur kualitas pelayanan :

- 1) Dimensi *reliability* (kehandalan).
  - a. kecermatan petugas dalam melayani pelanggan.
  - b. memiliki standar pelayanan yang jelas.
  - c. kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.
  - d. Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.
- 2) Dimensi *responsiviness* (ke tanggapan)
  - a. merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan.
  - b. petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat.
  - c. petugas/ aparatur melakukan pelayanan dengan tepat.
  - d. petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cermat.
  - e. petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan waktu yang tepat.
  - f. semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas.
- 3) Dimensi *assurance* (jaminan)
  - a. petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan.
  - b. petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan.
  - c. petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan.
  - d. petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan.
- 4) Dimensi *emphaty* (empati)
  - a. mendahulukan kepentingan pemohon/pelanggan.
  - b. petugas melayani dengan sikap ramah.
  - c. petugas melayani dengan sikap sopan santun.
  - d. petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan).
  - e. petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan.

5) Dimensi *tangible* (berwujud)

- a. penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan.
  - b. kenyamanan tempat melakukan pelayanan.
  - c. kemudahan dalam proses pelayanan.
  - d. kedisiplinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan.
  - e. kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan.
- dan penggunaan alat bantu dalam pelayanan.

## 2.5 Populasi dan Sampel

Populasi artinya seluruh jumlah orang atau penduduk di suatu daerah, jumlah orang atau pribadi yang mempunyai ciri-ciri yang sama, jumlah penghuni, baik manusia maupun makhluk hidup lainnya pada suatu satuan ruang tertentu, sekelompok orang, benda, atau hal yang menjadi sumber pengambilan sampel, suatu kumpulan yang memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Pendapat lain menyatakan Yusuf dalam kencana (2017) menjelaskan bahwa populasi merupakan keseluruhan atribut, dapat berupa manusia, objek, atau kejadian yang menjadi fokus penelitian. Ia memberi contoh, apabila peneliti ingin meneliti kenakalan remaja yang berhubungan dengan minuman keras di seluruh Indonesia misalnya, maka karakteristik individu remaja di seluruh Indonesia apakah di kota dan desa, remaja di daerah padat dan jarang, kaya dan miskin, wilayah Barat, Tengah, dan Timur, perlu dijadikan populasi penelitian. Area tersebut hendaklah betul-betul terwakili. Jadi menurut Yusuf, populasi itu harus menggambarkan semua aspek yang akan menjadi subjek dan objek penelitian. Sebenarnya tidak ada batasan pasti dalam populasi. Menurut Arikunto, (2010:175) sebagaimana bahwa apabila subjek penelitian kurang dari 100 orang, lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Akan tetapi, jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15 % atau 20- 25 % atau lebih, tergantung setidaknya-tidaknya dari: Kemampuan tenaga, dana dan waktu peneliti; sempit-luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, karena berkaitan dengan banyak atau sedikitnya data; besar kecilnya resiko yang ditanggung peneliti. Pandangan ini pun masih bersifat umum belum mampu menjelaskan secara lebih rinci bagaimana sebaiknya sampel dari suatu populasi. Sebaiknya penentuan sampel dari suatu populasi adalah sebagai berikut:

- 1) Populasi dibawah 50 orang diambil semua.
- 2) Populasi antara 50 -100 = 50 %.
- 3) Populasi

antara 100-300 =25 %. 4) Populasi antara 300-500=10-20 %. 5) Populasi 500-keatas diambil, 5-15% (Hermina & Huda, 2024a).

Sampel dalam penelitian pendidikan adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dipilih secara sistematis untuk mewakili keseluruhan populasi dalam suatu penelitian. Pemilihan sampel dilakukan karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh anggota populasi. Agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan, maka sampel yang diambil harus mewakili karakteristik populasi secara proporsional. Menentukan metode sampling merupakan langkah penting yang menentukan kualitas generalisasi hasil penelitian. Metode sampling digunakan untuk memilih sebagian individu dari populasi yang akan diteliti, sehingga data yang diperoleh dapat merepresentasikan kondisi populasi secara keseluruhan. Terdapat dua kategori besar dalam teknik sampling, yaitu probability sampling dan non-probability sampling (Mardhiyah et al., 2025)..

## **2.6 Importance Performance Analysis (IPA)**

Metode Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh (James, 1997) digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna jasa (user) terhadap atribut-atribut infrastruktur guna meningkatkan suatu kualitas jalan. Metode tersebut dilakukan dengan menentukan nilai tingkat kesesuaian dari penilaian tingkat kepuasan dan kepentingan kedalam grafik yang searah dengan sumbu X dan Y yang disebut diagram kartesius.

Homogen ialah suatu bahan atau system yang memiliki sifat sama di setiap titik, itu satu ragam tanpa satupun penyimpanan maka untuk mengetahui rumusnya terdapat pada persamaan 3.2 sampai dengan persamaan 3.4 di bawah ini:

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2011: 8) yaitu : “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

#### 3.2 Implementasi Metode

##### 1. Identifikasi Masalah dan Penetapan Tujuan

Tahap awal penelitian dilakukan dengan mengidentifikasi permasalahan kualitas pelayanan jasa ekspedisi di PT Ninja Express Cabang Kampar. Identifikasi dilakukan melalui studi pendahuluan, observasi awal, dan telaah pustaka terkait kualitas pelayanan jasa. Berdasarkan identifikasi tersebut, ditetapkan tujuan penelitian yaitu mengevaluasi kualitas pelayanan dan menentukan prioritas perbaikan layanan menggunakan metode SERVQUAL dan IPA.

##### 2. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk memperoleh landasan teori dan metode yang relevan, meliputi:

- a. Konsep kualitas pelayanan jasa
- b. Kepuasan pelanggan
- c. *Metode Service Quality (SERVQUAL)*
- d. *Importance–Performance Analysis (IPA)*

##### 3. Penentuan Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian ditentukan berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL*, yaitu:

- a. *Tangibles*
- b. *Reliability*
- c. *Responsiveness*
- d. *Assurance*
- e. *Empathy*



Setiap dimensi dijabarkan ke dalam beberapa atribut pelayanan yang disesuaikan dengan karakteristik layanan PT Ninja Express Cabang Kampar.

4. Penyusunan Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang terdiri dari dua bagian penilaian:

- 1) Harapan (importance) pelanggan terhadap pelayanan
- 2) Persepsi (performance) pelanggan terhadap pelayanan yang diterima

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert (misalnya 1–5), dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

5. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan PT Ninja Express Cabang Kampar yang pernah menggunakan jasa pengiriman. Teknik pengambilan sampel dapat menggunakan accidental sampling atau purposive sampling, dengan kriteria responden telah menggunakan layanan PT Ninja Express minimal satu kali.

6. *Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen*

Data kuesioner yang telah terkumpul diuji untuk memastikan kualitas instrumen penelitian, meliputi:

- a. Uji validitas, untuk mengetahui apakah setiap item pertanyaan mampu mengukur variabel yang diteliti.
- b. Uji reliabilitas, untuk mengetahui konsistensi jawaban responden terhadap instrumen penelitian.

7. Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *SERVQUAL*

Analisis *SERVQUAL* dilakukan dengan langkah-langkah:

- a. Menghitung nilai rata-rata persepsi dan harapan untuk setiap atribut pelayanan.
- b. Menghitung nilai gap (G) dengan rumus:  
$$G = \text{Persepsi} - \text{Harapan}$$
- c. Menginterpretasikan nilai gap:  
Gap negatif → kualitas pelayanan belum memenuhi harapan  
Gap positif → kualitas pelayanan melebihi harapan
- d. Menghitung nilai gap rata-rata untuk setiap dimensi *SERVQUAL*.

8. *Analisis Importance–Performance Analysis (IPA)*

Tahapan analisis IPA meliputi:

- a. Menentukan nilai rata-rata tingkat kepentingan (harapan) dan kinerja (persepsi) untuk setiap atribut pelayanan.
  - b. Menentukan nilai rata-rata keseluruhan sebagai titik potong sumbu horizontal dan vertikal.
  - c. Memetakan atribut pelayanan ke dalam diagram kartesius IPA yang terdiri dari empat kuadran:
    - 1) Kuadran I (Prioritas Utama)
    - 2) Kuadran II (Pertahankan Prestasi)
    - 3) Kuadran III (Prioritas Rendah)
    - 4) Kuadran IV (Berlebihan)
9. Penentuan Prioritas Perbaikan Pelayanan
- Atribut pelayanan yang berada pada Kuadran I IPA dan memiliki nilai gap SERVQUAL negatif terbesar ditetapkan sebagai prioritas utama perbaikan kualitas pelayanan pada PT Ninja Express Cabang Kampar.
10. Penyusunan Rekomendasi Perbaikan
- Berdasarkan hasil analisis SERVQUAL dan IPA, disusun rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan yang bersifat: Operasional, Manajerial dan Berorientasi pada kepuasan pelanggan. Rekomendasi diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak manajemen PT Ninja Express Cabang Kampar dalam meningkatkan kualitas layanan.

## BAB IV

### BIAYA DAN JADWAL PENELITIAN

#### A. Anggaran Biaya

Honorarium penelitian mengacu pada Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 78 /PMK.02/2019 tentang Standar Biaya Masukan Tahun Anggaran 2020 dengan contoh rincian anggaran sebagai berikut :

**Tabel 3. Rincian Anggaran Biaya Penelitian**

No	Uraian	Satuan	Volume	Besaran	Volume x Besaran
<b>1.</b>	<b>Honorarium</b>				
	a. Honorarium Koordinator Peneliti/Perekayasa	OB	2	500.000	1.000.000
	b. Pembantu Peneliti/Perekayasa	OK	8	50.000	400.000
<b>Subtotal Honorarium</b>					<b>1.400.000</b>
<b>2</b>	<b>Bahan Penelitian</b>				
	a. ATK				
	1) Kertas A4	Rim	2	50.000	50.000
	2) Pena	Kotak	1	50.000	50.000
	3) Tinta	Pcs	6	5.000	30.000
<b>Subtotal Bahan Penelitian</b>					<b>130.000</b>
<b>3.</b>	<b>Pengumpulan Data</b>				
	a. Transport	Ok	5	300.000	4.150.000
	b. Biaya Konsumsi	Ok	10	20.000	200.000
<b>Subtotal biaya pengumpulan data</b>					<b>4.350.000</b>
<b>4.</b>	<b>Pelaporan, Luaran Penelitian</b>				
	a. Foto Copy Proposal dan Laporan, Kuisisioner dsb	OK	200	150	30.000
	b. Jilid Laporan	OK	2	5000	10.000

	c. Luaran Penelitian	OK			
	1) Jurnal Nasional Tidak Terakreditasi		Con	200000	200.000
	2) Jurnal Nasional Terakreditasi :		Con		
	a) Sinta 6-5		Con		
	b) Sinta 4-3		Con		
	c) Sinta 2-1			500.000	500.000
	3) Jurnal Internasional		Con		
	4) Prosiding Nasional		Con		
	5) Prosiding Internasional		Con		
<b>Subtotal biaya Laporan dan Luaran Penelitian</b>					<b>2.500.000</b>
<b>Total</b>					<b>10.250.000</b>

Keterangan :

1. OB = Orang/Bulan
2. OK = Orang/Kegiatan
3. Ok = Orang/kali
4. OR = Orang/Responden
5. Con (Conditional) = Disesuaikan dengan biaya yang ditetapkan oleh penerbit.

## B. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Ninja Express Cabang Kampar dalam meningkatkan kualitas layanan.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Karakteristik Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan jasa PT. Ninja Express Cabang Kampar. Penyajian karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil pengguna jasa yang menjadi objek penelitian. Karakteristik responden yang dianalisis meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi penggunaan jasa ekspedisi. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, responden terdiri dari pelanggan laki-laki dan perempuan dengan proporsi yang relatif seimbang. Ditinjau dari aspek usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia produktif, yaitu antara 20 hingga 40 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna jasa PT. Ninja Express Cabang Kampar didominasi oleh kelompok usia yang aktif dalam kegiatan ekonomi. Berdasarkan jenis pekerjaan, responden berasal dari berbagai latar belakang, antara lain pelajar atau mahasiswa, pegawai swasta, wiraswasta, serta pekerjaan lainnya. Keberagaman pekerjaan tersebut mencerminkan bahwa jasa pengiriman Ninja Express digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Sementara itu, berdasarkan frekuensi penggunaan jasa ekspedisi, mayoritas responden menggunakan jasa PT. Ninja Express lebih dari satu kali dalam sebulan, yang menunjukkan adanya kecenderungan pelanggan tetap.

#### 4.2 Pengolahan Data Kuesioner

Data penelitian diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden. Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, data kuesioner terlebih dahulu diuji kualitasnya melalui uji validitas dan uji reliabilitas.

#### 4.3 Uji Validitas

Pada uji validitas jumlah data yang digunakan Nilai  $r$  tabel dengan  $n = 77$  dan tingkat  $\alpha = 0,01$  adalah sebesar 0,1888. Berikut merupakan beberapa kriteria pengujian:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,1888) maka item pernyataan dapat dikatakan valid.
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  (0,1888) maka item pernyataan dapat dikatakan tidak valid.

**Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas**

Faktor	Pernyataan	$r$ hitung	$r$ tabel	Kesimpulan
Tangible	P1	0,734	0,1888	Valid

	P2	0,637	0,1888	Valid
	P3	0,712	0,1888	Valid
	P4	0,222	0,1888	Valid
	P1	0,731	0,1888	Valid
Reliability	P2	0,618	0,1888	Valid
	P3	0,682	0,188	Valid
	P5	0,501	0,1888	Valid
	P1	0,830	0,1888	Valid
Responsiveness	P2	0,849	0,1888	Valid
	P3	0,805	0,1888	Valid
	P4	0,858	0,1888	Valid
	P1	0,755	0,1888	Valid
Assurance	P2	0,886	0,1888	Valid
	P3	0,385	0,188	Valid
	P4	0,335	0,1888	Valid
	P1	0,329	0,1888	Valid
Emphaty	P2	0,672	0,1888	Valid
	P3	0,552	0,1888	Valid
	P4	0,329	0,1888	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel tersebut dinyatakan valid karena seluruh item memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

#### 4.4 Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas jumlah data yang digunakan sebanyak 77 data. Untuk mengetahui apakah sebuah data reliabel dapat dilihat pada nilai *Cronbach Alpha*. Data dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,6.

**Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.742	22

Pada Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* yang diperoleh pada variabel tersebut sebesar  $0,742 > 0,6$  maka dapat dikatakan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel tersebut reliabel.

#### 4.5 Analisis Service Quality

Analisis *Service Quality* dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai persepsi pelanggan dan nilai harapan pelanggan terhadap setiap atribut kualitas pelayanan. Nilai persepsi menggambarkan penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang benar-benar mereka terima, sedangkan nilai harapan mencerminkan tingkat pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan.

4.2.3 Berikut merupakan nilai persepsi pelanggan terhadap setiap atribut kualitas pelayanan.

Nilai persepsi menggambarkan penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang benar-benar mereka terima.

**Tabel 4. 3 Hasil Persepsi Pelanggan**

No	Indikator	Butir Pertanya an	STS		TS		N		S		SS		Total Skor	Rata- Rata
			N	S	N	S	N	S	N	S	N	S		
1	Tangible	P1	5	5	6	12	14	42	36	144	16	80	283	3,68
		P2	1	1	4	8	8	24	38	152	26	130	315	4,09
		P3	14	14	8	16	17	51	27	108	11	55	244	3,17
		P4	0	0	0	0	19	57	50	200	8	40	297	3,86
Total Dimensi Tangible														3,70
2	Reliability	P5	1	1	3	6	5	15	45	180	23	115	317	4,12
		P6	1	1	6	12	25	75	25	100	20	100	288	3,74
		P7	1	1	12	24	19	57	32	128	13	65	275	3,57
		P8	3	3	0	0	14	42	38	152	22	110	307	3,99
		P9	6	6	12	24	21	63	26	104	12	60	257	3,34
Total Dimensi Reliability														3,75
3	Responsiven ess	P10	1	1	14	28	24	72	28	112	10	50	263	3,42
		P11	9	9	12	24	20	60	25	100	11	55	248	3,22
		P12	6	6	12	24	23	69	26	104	10	50	253	3,29
		P13	13	13	14	28	19	57	22	88	9	45	231	3,00
Total Dimensi Responsivenes														3,23
4	Assurance	P14	4	4	10	20	23	69	34	136	6	30	259	3,36
		P15	4	4	12	24	20	60	30	120	11	55	263	3,42
		P16	2	2	8	16	35	105	39	156	3	15	294	3,82
		P17	3	3	2	4	6	18	48	192	18	90	307	3,99
Total Dimensi Assurance														3,65
5	Emphaty	P18	2	2	10	20	23	69	35	140	7	35	266	3,45
		P19	3	3	3	6	12	36	32	124	27	135	304	3,95
		P20	1	1	3	6	29	87	40	160	4	20	274	3,56
		P21	1	1	7	14	25	75	33	132	11	55	277	3,60
Total Dimensi Emphaty														3,64

Keterangan: N = Responden, S= Skor

Secara keseluruhan, nilai persepsi pelanggan berada pada kategori baik, dengan nilai rata-rata tiap dimensi berada di atas angka 3,00. Dimensi dengan penilaian tertinggi adalah Reliability

(3,75), yang menunjukkan pelanggan menilai perusahaan cukup andal dalam memberikan layanan sesuai janji. Dimensi Tangible (3,70) dan Assurance (3,65) juga dinilai baik, menandakan fasilitas fisik, penampilan, serta jaminan dan kompetensi pelayanan sudah memuaskan.

Sementara itu, Empathy (3,64) menunjukkan perhatian dan kepedulian terhadap pelanggan tergolong baik namun masih dapat ditingkatkan. Dimensi dengan nilai terendah adalah Responsiveness (3,23), yang mengindikasikan kecepatan dan kesiapan pelayanan masih menjadi aspek yang paling perlu diperbaiki.

#### 4.6 Analisis Harapan Pelanggan

Berikut merupakan nilai harapan pelanggan terhadap setiap atribut kualitas pelayanan nilai harapan mencerminkan tingkat pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan.

**Tabel 4. 4 Hasil Harapan Pelanggan**

No	Indikator	Butir Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Total Skor	Rata- Rata
			N	S	N	S	N	S	N	S	N	S		
1	Tangible	H1	0	0	0	0	0	0	10	40	67	335	375	4,87
		H2	0	0	0	0	0	0	13	52	64	320	372	4,83
		H3	0	0	0	0	2	6	10	40	65	325	371	4,82
		H4	0	0	0	0	10	30	37	148	30	150	328	4,26
	<b>Total Dimensi Tangible</b>													<b>4,69</b>
2	Reliability	H5	0	0	0	0	0	0	8	32	69	344	376	4,88
		H6	0	0	0	0	2	6	15	60	60	300	366	4,75
		H7	0	0	0	0	4	12	17	68	56	280	360	4,68
		H8	0	0	0	0	0	0	11	44	66	330	374	4,86
		H9	0	0	0	0	1	3	19	76	57	285	364	4,73
	<b>Total Dimensi Reliability</b>													<b>4,78</b>
3	Responsiveness	H10	0	0	0	0	1	3	14	56	62	310	369	4,79
		H11	0	0	0	0	2	6	10	40	65	325	371	4,82
		H12	0	0	0	0	1	3	12	48	64	320	371	4,82
		H13	0	0	0	0	0	0	23	92	54	270	362	4,70
	<b>Total Dimensi Responsiveness</b>													<b>4,78</b>
4	Assurance	H14	0	0	0	0	3	9	19	76	55	275	360	4,68
		H15	0	0	0	0	0	0	11	44	66	330	374	4,86
		H16	0	0	0	0	12	36	17	68	48	240	344	4,47
		H17	0	0	0	0	1	3	19	76	57	285	364	4,73
	<b>Total Dimensi Assurance</b>													<b>4,68</b>
5	Emphaty	H18	0	0	0	0	3	9	15	60	59	295	364	4,73
		H19	0	0	0	0	1	3	19	76	57	285	364	4,73
		H20	0	0	0	0	8	24	19	76	50	250	350	4,55
		H21	0	0	0	0	7	21	18	72	52	260	353	4,58
	<b>Total Dimensi Emphaty</b>													<b>4,65</b>

Keterangan: N = Responden, S= Skor

Berdasarkan hasil perhitungan, harapan pelanggan terhadap kualitas layanan berada pada kategori



sangat tinggi, dengan nilai rata-rata seluruh dimensi berada di atas 4,60. Dimensi dengan nilai tertinggi adalah Reliability dan Responsiveness (masing-masing 4,78), yang menunjukkan pelanggan sangat mengharapkan layanan yang andal, tepat waktu, serta cepat dan tanggap dalam merespons kebutuhan maupun keluhan.

Dimensi Tangible (4,69) dan Assurance (4,68) juga memiliki nilai sangat tinggi, menandakan pelanggan menaruh harapan besar terhadap kondisi fasilitas fisik, profesionalisme, serta jaminan kompetensi dan keamanan layanan. Sementara itu, dimensi Empathy (4,65) meskipun paling rendah dibandingkan dimensi lain, tetap berada pada kategori sangat baik, yang menunjukkan pelanggan mengharapkan perhatian, kepedulian, dan pelayanan yang bersifat personal.

#### 4.7 Analisis Kesenjangan (GAP) Kualitas Pelayanan

Berdasarkan dari hasil analisis nilai persepsi dan harapan pelanggan Analisis kesenjangan (GAP) dilakukan dengan membandingkan nilai harapan pelanggan dan nilai persepsi pelanggan pada masing-masing dimensi kualitas pelayanan.

**Tabel 4. 5 hasil analisis kesenjangan (GAP)**

No	Indikator	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	Hasil GAP(P-H)
1	Tangible	3,70	4,69	-0,99
2	Reliability	3,75	4,78	-1,03
3	Responsiveness	3,23	4,78	-1,55
4	Assurance	3,65	4,68	-1,03
5	Emphaty	3,64	4,65	-1,01

Berdasarkan hasil analisis GAP pada kelima dimensi SERVQUAL, dapat disimpulkan bahwa seluruh dimensi memiliki nilai GAP negatif, yang berarti kinerja kualitas pelayanan perusahaan belum mampu memenuhi harapan pelanggan. Dimensi Responsiveness memiliki nilai GAP terbesar sehingga menjadi prioritas utama perbaikan, sedangkan dimensi Tangible memiliki nilai GAP terkecil yang menunjukkan bahwa aspek bukti fisik merupakan dimensi yang paling mendekati harapan pelanggan.

#### 4.8 Hasil Evaluasi Kualitas Pelayanan

Evaluasi kualitas pelayanan PT. Ninja Express Cabang Kampar dilakukan berdasarkan hasil analisis kesenjangan (gap) antara persepsi dan harapan pelanggan pada masing-masing

dimensi *Service Quality* (SERVQUAL). Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui dimensi pelayanan yang belum memenuhi harapan pelanggan, dimensi yang telah memenuhi harapan, serta menentukan prioritas perbaikan kualitas pelayanan, berikut merupakan analisis *GAP* untuk 5 dimensi pada penelitian ini:

a. Tangible (Bukti Fisik)

Dimensi Tangible memiliki nilai harapan sebesar 4,69 dan nilai persepsi sebesar 3,70, sehingga diperoleh nilai *GAP* sebesar -0,99. Nilai *GAP* negatif ini menunjukkan bahwa kondisi fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan karyawan masih belum sepenuhnya sesuai dengan harapan pelanggan. Meskipun demikian, dibandingkan dimensi lainnya, Tangible memiliki selisih *GAP* paling kecil, yang berarti aspek bukti fisik merupakan dimensi yang relatif paling mendekati harapan pelanggan

b. Reliability (Keandalan)

Dimensi Reliability memperoleh nilai harapan sebesar 4,78 dan nilai persepsi sebesar 3,75, sehingga menghasilkan nilai *GAP* sebesar -1,03. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan perusahaan dalam memberikan layanan yang tepat, akurat, dan konsisten masih belum memenuhi ekspektasi pelanggan. Pelanggan mengharapkan pelayanan yang dapat diandalkan setiap saat, namun pada kenyataannya masih terdapat ketidaksesuaian antara harapan dan kinerja yang dirasakan.

c. Responsiveness (Daya Tanggap)

Dimensi Responsiveness memiliki nilai harapan sebesar 4,78, sedangkan nilai persepsi hanya sebesar 3,23, sehingga diperoleh nilai *GAP* terbesar yaitu -1,55. Nilai ini menunjukkan bahwa daya tanggap perusahaan merupakan kelemahan utama dalam kualitas pelayanan. Pelanggan menilai bahwa kecepatan pelayanan, kesigapan karyawan dalam membantu, serta ketepatan dalam merespons keluhan masih jauh dari harapan. Oleh karena itu, dimensi Responsiveness menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan.

d. Empathy (Empati)

Dimensi Empathy memiliki nilai harapan sebesar 4,65 dan nilai persepsi sebesar 3,64,

sehingga diperoleh nilai GAP sebesar -1,01. Nilai GAP negatif ini menunjukkan bahwa perhatian individu, kepedulian, serta pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan masih belum optimal. Pelanggan mengharapkan pelayanan yang lebih personal dan penuh perhatian dibandingkan dengan yang saat ini dirasakan.

e. Assurance (Jaminan)

Dimensi Assurance memperoleh nilai harapan sebesar 4,68 dan nilai persepsi sebesar 3,65, sehingga menghasilkan nilai GAP sebesar -1,03. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan pelayanan, kompetensi karyawan, serta rasa aman yang diberikan kepada pelanggan belum sepenuhnya memenuhi harapan. Pelanggan mengharapkan pelayanan yang profesional dan meyakinkan, namun masih terdapat kekurangan dalam pelaksanaannya

#### **4.9 Rekomendasi Perbaikan**

Berdasarkan hasil evaluasi kualitas pelayanan yang telah dilakukan, diketahui bahwa masih terdapat beberapa kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap pelayanan PT. Ninja Express Cabang Kampar. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah perbaikan yang terarah dan berkelanjutan guna meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan,

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **4.1 Kesimpulan**

Adapun Kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian di PT. Langgak Inti Lestari, Kecamatan Tandun, Kabupaten Rokan Hulu adalah sebagai berikut :

- a. Kualitas pelayanan jasa ekspedisi PT Ninja Express Cabang Kampar berdasarkan metode SERVQUAL masih belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh adanya nilai kesenjangan (gap) negatif antara persepsi dan harapan pelanggan pada beberapa atribut pelayanan.
- b. Analisis SERVQUAL menunjukkan bahwa kesenjangan kualitas pelayanan terjadi pada seluruh dimensi pelayanan, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, dengan tingkat kesenjangan yang berbeda-beda pada setiap atribut pelayanan.
- c. Hasil pemetaan menggunakan metode Importance–Performance Analysis (IPA) menunjukkan bahwa tidak semua atribut pelayanan memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang seimbang. Beberapa atribut pelayanan berada pada Kuadran I (prioritas utama), yang menandakan bahwa atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya masih rendah.
- d. Integrasi metode SERVQUAL dan IPA mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi kualitas pelayanan PT Ninja Express Cabang Kampar, baik dari sisi tingkat kesenjangan pelayanan maupun penentuan prioritas perbaikan yang perlu dilakukan oleh perusahaan.

#### **4.2 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, PT Ninja Express Cabang Kampar disarankan untuk memprioritaskan perbaikan pada atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan tinggi namun kinerja yang masih rendah, sebagaimana ditunjukkan pada hasil analisis Importance–Performance Analysis (IPA), khususnya atribut yang memiliki nilai kesenjangan negatif terbesar berdasarkan metode SERVQUAL. Perusahaan perlu meningkatkan konsistensi dan keandalan pelayanan, terutama dalam hal ketepatan waktu pengiriman, kecepatan dan ketepatan penanganan keluhan pelanggan, serta peningkatan kompetensi sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan yang responsif, ramah, dan profesional. Selain itu, perusahaan disarankan untuk melakukan evaluasi kualitas pelayanan secara berkala dengan melibatkan umpan balik pelanggan sebagai dasar perumusan strategi peningkatan layanan yang berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah Devi Lestari, & Erni Widajanti. (2024). Pengendalian Kualitas Produk dengan Metode Statistical Quality Control untuk Mengurangi Produk Rusak pada UMKM Gethuk Anyar di Ngawi. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 328–355. <https://doi.org/10.61132/rimba.v2i3.1164>
- Apriliana, sukaris. (2022). *vandro*, +22+Apriliana+498+504+new.
- Awaludin, M., Gani, A. G., & Gardenia, Y. (2024). *PENERAPAN METODE SERVQUAL DALAM ANALISIS POLA KEPUASAN*.
- Desri et, al. (2024). *EKONOMIKA* 45 Vol. 11 No. 2 Juni 2024 hal 526-539.
- Fahri Danianto. (2022a). *PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN (SERVICE QUALITY) PADA LAYANAN KURIR MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL, IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA), DAN SERVICE BLUEPRINT*.
- Fahri Danianto. (2022b). *PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN (SERVICE QUALITY) PADA LAYANAN KURIR MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL, IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA), DAN SERVICE BLUEPRINT (STUDI KASUS JNE CABANG REMBANG)*.
- Handayani, M., Jayadilaga, Y., Fitri, A. U., Rachman, D. A., Fajriah Istiqamah, N., Diah, T., Pratiwi, A. P., & Kas, R. (2023). Sosialisasi dan Pengenalan Aplikasi Pengolahan Data SPSS pada Mahasiswa Socialization and Introduction of the SPSS Data Processing Application to Health Administration Students of the Faculty of Sports and Health Sciences. *JIPM: Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(2). <https://e-journal.nalanda.ac.id/index.php/jipm>
- Harga, P., Waktu Pengiriman dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman, K. J., Khurrohman, T., Rofiq Junaidi, M., kunci, K., Waktu Pengiriman, K., Pelayanan, K., & Pelanggan, K. (2023). Express Cabang Tanon Kabupaten Sragen. In *Journal of Economics and Business Research* (Vol. 2, Issue 2).
- Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. In *Syntax Admiration* (Vol. 5, Issue 12).
- Hermina, D., & Huda, N. (2024). Memahami Populasi dan Sampel: Pilar Utama dalam Penelitian Kuantitatif. In *Syntax Admiration* (Vol. 5, Issue 12).
- Hidayat, R. (2020). *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket PT. Pos Indonesia dengan Metode Servqual dan IPA*. 1–37.
- Hijeriah, E. M., Aditiya, V., & Andayani, R. (2022). Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa PT Federal International Finance (FIF Group) Cabang Dumai. *Jurnal*

*Pendidikan Dan Konseling*, 4(2), 6419–6429.

- Husen, A. (2023). STRATEGI PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING CAMPAIGN DI TOKO MEBEL SAKINAH KARAWANG. *JURNAL ECONOMINA*, 2(6), 1356–1362. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.608>
- Irawan, B., Kurnia, R. A., Sitanggang, E. D., & Achmady, S. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Mutu Pelayanan. *Jurnal Keperawatan Dan Fisioterapi (Jkf)*, 3(1), 58–64.
- Mardiana, I., Rubiyanti, R. N., Bisnis, A., Komunikasi, F., Bisnis, D., & Telkom, U. (2020). IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (STUDI PADA INDIHOME WITEL BANDUNG). *Bisnis & Entrepreneurship*, 11(1), 47–58.
- Mardikaningsih, R. (2021). Pencapaian Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Melalui Harga, Ekuitas Merek, Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Baruna Horizon*, 4(1), 64–73. <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v4i1.58>
- Mayasari, M. (2021). Laporan dan Evaluasi Penelitian. *ALACRITY : Journal of Education*, 1(2), 30–38. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.24>
- Paulin, J. (2022). PENGENDALIAN KUALITAS PROSES PRINTING KEMASAN POLYCELLONIUM MENGGUNAKAN METODE SIX SIGMA DI PT. ACP. In *Jurnal Mitra Teknik Industri* (Vol. 1, Issue 1).
- Putri Irna Amalia, & Murniawaty, I. (2020). Economic Education Analysis Journal, Economic education analysis journal. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3), 831–843. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39481>
- Ratna. Khoiroh. (2020). *jurnal ilmiah ekonomi bisnis*, pp.93-98.
- Rohman dan Abdul. (2021). *pengaruh kualitas pelayanan jasa pengiriman ninja ekspres dimasa pandemi covid-19* admin, +73-85.+Saefur+Rohman (3).
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Suasapha, A. H. (2020). SKALA LIKERT UNTUK PENELITIAN PARIWISATA; BEBERAPA CATATAN UNTUK MENYUSUNNYA DENGAN BAIK. *JURNAL KEPARIWISATAAN*, 19(1), 26–37. <https://doi.org/10.52352/jpar.v19i1.407>
- Suharya, Y., & Ramadhan, G. (2021). MEMBANGUN APLIKASI JASA PENGIRIMAN BARANG MENGGUNAKAN ZENZIVA UNTUK SMS.

















