

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA KURIR TORNADO BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Oki Yolanda
180410077**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS PUTERA BATAM**

2023

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA KURIR TORNADO**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Oki Yolanda
180410077**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Oki Yolanda
NPM/NIP : 180410077
Fakultas : Teknik dan Komputer
Program Studi : Teknik Industri

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA KURIR TORNADO

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 14 Januari 2023



Oki Yolanda
180410077

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA KURIR TORNADO**

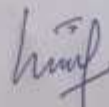
SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
meperoleh gelar sarjana**

**Oleh
Oki Yolanda
180410077**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti yang tertera dibawah ini**

Batam, 27 Januari 2023



**Arsvad Sumantika, S.T.P., M.Sc
Pembimbing**

ABSTRAK

Kurir Tornado Batam merupakan badan usaha yang berkecimpung dibidang jasa pengiriman barang yang meliputi seluruh daerah Batu Aji., Masalah yang sering dihadapi oleh kurir sebagai keterlambatan layanan pengiriman produk ke pelanggan adalah waktu pengiriman, Penelitian ini menggunakan metode Servqual dan *Importance Performance Analysis (IPA)* dengan Terdapat 3 nilai Gap yang rendah dan negatif (-), yaitu nilai *Reliability* RL1 sebesar -0,5384 yaitu Pengiriman yang tepat waktu dalam pengantaran barang sesuai jadwal pengiriman, dan nilai *Responsiveness* RP1 sebesar -0,51282 yaitu Pengantaran yang cepat sampai ketujuan, dan nilai A3 adalah -0,5 yaitu Pengantaran barang yang sesuai dengan permintaan pelanggan, Kualitas Layanan yaitu $0,903 < 1$, sehingga *gap* pada kualitas pelayanan kurang baik. Dan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* memberikan nilai indeks ke-4 sebesar 79,365 dengan Liker Ratio sebesar 66,00–80,99 sejalan dengan setuju.

Kata kunci: *CSI, IPA, dan Servqual*

ABSTRACT

Batam Tornado Courier is a business entity engaged in the field of goods delivery services covering the entire area of Batam city. Batam Tornado Courier is a service engaged in the field of goods pick-up services covering the entire Batam area. The problem that is often faced by couriers as delays in product delivery services to customers is delivery time. This study uses the Servqual method and Importance Performance Analysis (IPA) with a low and negative (-) There 3 Gap value, namely the RLI Reliability value of -0.5384, namely timely delivery of goods according to the delivery schedule, and the RPI Responsiveness value of -0.51282 namely fast delivery to destination, and the A3 value is -0.5, namely delivery of goods according to customer demand, service quality is 0.903 <1, so the service quality gap is not good. And by using the Customer Satisfaction Index (CSI) method, it gives the 4th index value of 79,365 with a Liker Ratio of 66.00–80.99 according to the agreement.

Keywords: CSI, IPA, and Servqual

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya.

Tugas Akhir ini siap melengkapi salah satu persyaratan bagi mahasiswa Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Putri Batam.

Selama proses penyusunan proyek pada akhir periode ini, penulis mengetahui bahwa terselesainya laporan proyek pada akhir periode ini tidak terlepas dari dukungan moril dan materil, bimbingan, semangat dan motivasi dari semua pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Welly Sugianto, S.T., M.M. selaku Dekan Program Studi Teknik Industri Putera Batam;
3. Ibu Nofriani Fajrah, S.T., M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Putera Batam;
4. Bapak Arsyad Sumantika, S.T.P., M.Sc. selaku Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing Skripsi;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera batam;
6. Teristimewa kepada Orang Tua penulis Bapa dan Ibu yang selalu mendoakan, memberikan semangat, motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril maupun material kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;
7. Pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis ucapkan satu persatu.

Semoga kehadiran Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin

Batam, 22 Januari 2023

Oki Yolanda

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
SURAT PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Rumusan Masalah.....	3
1.5. Tujuan Penelitian.....	4
1.6. Manfaat Penelitian	4
BAB II.....	6
Tinjauan Pustaka.....	6
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Pengertian Pelayanan	6
2.1.2. Pengertian Pelanggan	7
2.1.3. Pengertian Pelayanan Pelanggan	7
2.1.4. Kualitas Pelayanan	8
2.1.5. Kepuasan Pelanggan.....	10
2.1.6. Faktor faktor yang menentukan taraf kepuasan	10

2.1.7.	<i>Servqual (Service Quality)</i>	12
2.1.8.	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	14
2.1.9.	<i>CSI (Customer Satisfaction Index)</i>	16
2.2.	Penelitian Terdahulu	19
2.3.	Kerangka Pemikiran	22
BAB III.....		24
METEDEOLOGI PENELITIAN		24
3.1.	Design Penelitian	24
3.2.	Variabel Penelitian.....	25
3.2.1.	Variabel Dependen	25
3.2.2.	Variabel Independen.....	25
3.3.	Populasi dan Sample.....	26
3.4.	Teknik Pengambilan Data	27
3.4.1.	Studi Pustaka.....	27
3.4.2.	Data Penelitian	27
3.5	Teknik Analisis Data.....	31
3.6	Objek dan Lokasi Penelitian.....	33
BAB IV		35
HASIL DAN PEMBAHASAN		35
4.1.	Hasil Penelitian.....	35
4.1.1.	Karakter Responden	35
4.1.2.	Jenis Kelamin.....	35
4.1.3.	Usia Responden.....	36
4.1.4.	Uji Validitas	37
4.1.5.	Uji Validitas Presepsi	38
4.1.6.	Uji Validitas Harapan.....	39
4.1.7.	Uji Reliabilitas	40
4.1.8.	Pengolahan Data Servqual.....	42
4.1.9.	Nilai <i>GAP</i> Keseluruhan	46
4.1.10.	Ranking <i>GAP</i>	47
4.1.11.	Kualitas Layanan	48

4.1.12.	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	49
4.1.13.	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	52
4.2.	Hasil <i>CSI</i>	53
BAB V	55
KESIMPULAN	55
5.1.	Simpulan	55
5.2.	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN 1. PENDUKUNG PENELITIAN		
LAMPIRAN 2. DAFTAR RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN 3. SURAT KETERANGAN PENELITIAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Pernyataan dari pelayanan	25
Tabel 3. 2 Skala Likert untuk nilai persepsi dan harapan	27
Tabel 3. 3 Dimensi untuk kinerja jasa	28
Tabel 3. 4 Dimensi untuk harapan pelanggan	29
Tabel 3. 5 Kuesioner Kepuasan Pelanggan	30
Tabel 3. 6 Jadwal Penelitian.....	33
Tabel 4. 1 Rekapitulasi Deskripsi Responden.....	35
Tabel 4. 2 Uji Validitas Persepsi.....	38
Tabel 4. 3 Uji Validitas Harapan	39
Tabel 4. 4 Tingkat Reliabilitas	40
Tabel 4. 5 Uji Reliabilitas untuk Persepsi.....	40
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas Harapan	41
Tabel 4. 7 Kepuasan <i>Customer</i> untuk <i>Tangible</i>	42
Tabel 4. 8 Kepuasan <i>Customer</i> untuk <i>Reliability</i>	43
Tabel 4. 9 Kepuasan <i>Customer</i> untuk <i>Responsiveness</i>	43
Tabel 4. 10 Kepuasan <i>Customer</i> untuk <i>Assurance</i>	44
Tabel 4. 11 Kepuasan <i>Customer</i> untuk <i>Empathy</i>	45
Tabel 4. 12 <i>GAP</i> Keseluruhan	46
Tabel 4. 13 Nilai Ranking	47
Tabel 4. 14 Kualitas Layanan.....	48
Tabel 4. 15 Penentuan <i>Gap</i> dan Kuadran.....	50
Tabel 4. 16 Penentuan CSI.....	52
Tabel 4. 17 Tabel Perhitungan <i>CSI</i>	53
Tabel 4. 18 Skala <i>Likers CSI</i>	54

DAFTAR RUMUS

Rumus 2. 1 <i>Service Serqual</i>	12
Rumus 2. 2 Rata-rata Perhitungan X dan Y	13
Rumus 2. 3 <i>Servqual GAP</i>	13
Rumus 2. 4 Rata rata <i>Servqual GAP</i>	14
Rumus 2. 5 Kesesuaian Respon.....	15
Rumus 2. 6 Rata rata X dan Y	15
Rumus 2. 7 <i>Mean Importance Score</i>	17
Rumus 2. 8 <i>Mean Satification Score</i>	17
Rumus 2. 9 <i>Weight Factor</i>	17
Rumus 2. 10 <i>Weight Score</i>	18
Rumus 2. 11 <i>CSI (Costumer Satisfaction Index</i>	18

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kurir Tornado Batam merupakan badan usahan yang berkecimpung dibidang jasa pengiriman barang yang meliputi seluruh daerah kota batam. Kurir tornado batam adalah sebuah layanan yang bergerak dibidang jasa antar jemput barang yang mencakup seluruh daerah batam. Sejak didirikan pertama kali pada tahun 2019, Kurir tornado batam memiliki 10 karyawan. Pembagian tugas jasa kurir tornado batam juga sangat terarah. Setiap pagi ada 4 orang yang ditugaskan mengambil barang dari penjual *online*, kemudian barang dikumpulkan dan dipisahkan berdasarkan beberapa cakupan daerah Batuji pada Kurir Tornado Batam.

aspek yang bermakna dalam lingkup produktivitas kerja organisasi karena produktivitas kerja yang dicapai dalam keberhasilan suatu organisasi dalam mencapai tujuan perilaku mental yang berdampak pada perbaikan dan pencapaiannya Mengenai sikap dan perilaku mental yang berdampak pada perbaikan dan penilaian apa yang ingin dicapai dari rata-rata yang dicapai karyawan, selama jam kerja masih dalam proses penciptaan adalah Produktivitas kerja yang bisa dibicarakan (Mukhtar, A., 2020).

Persepsi pelanggan tentang nilai dan kualitas yang selalu ditetapkan oleh layanan jual yang menyertai produk inti perusahaan. keunggulan kompetitif utama Merupakan Layanan purna jual juga, karena banyak perusahaan menyediakan produk yang sama kepada pelanggan mereka. Jaminan Kualitas Pelanggan ini memungkinkan Jasa Kurir Batam Tornado memahami sepenuhnya harapan dan

kebutuhan pelanggannya. Kualitas mendorong konsumen untuk membentuk ikatan yang kuat dengan agen jasa. Berfokus pada pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan serta menyeimbangkan harapan jangka panjang secara tepat waktu, Perusahaan sepenuhnya memahami harapan dan kebutuhan klien yang dimungkinkan oleh hubungan ini. Memaksimalkan kenyamanan dan menghilangkan kebosanan adalah tujuan bisnis.

Pada penelitian terdahulu, Metode *Fuzzy Servqual* dapat merepresentasikan ketidakpastian terkait dengan ambiguitas, Dalam hal ini, kami menggunakan metode Servqual (Quality of Service) untuk mengukur kepuasan pelanggan, Informasi tentang elemen khusus dari masalah yang dihadapi. Berdasarkan perbandingan persepsi dan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan, tingkat persepsi, harapan, kualitas layanan, dll.. (Harto et al., 2015), ada pun perbedaan dalam persepsi dan harapan menggunakan metode *Servqual (Quality of Service)* untuk mengukur kepuasan pelanggan. Pendekatan *servqual fuzzy* untuk kepuasan pelanggan, tingkat yang dirasakan, harapan, kualitas layanan, dll memungkinkan untuk ekspresi ketidakpastian mengenai ambiguitas Informasi tentang elemen khusus dari masalah yang dihadapi. (Purnama & Sailah, 2017).

Masalah yang sering dihadapi oleh kurir sebagai layanan pengiriman produk ke pelanggan adalah waktu pengiriman barang ke pelanggan antara pukul 9.00 hingga 19.00. yang menyebabkan keterlambatan pesanan dan mengurangi kepuasan pelanggan bagi kurir. Selain itu, produk yang dikirim ke pelanggan mungkin rusak atau kotor, yang dapat menyebabkan penurunan kepuasan dan kekecewaan pelanggan terhadap layanan di jasa Kurir Tornado Batam yang lengkap dan jelas,

pelayanan yang cepat, ketenangan pikiran, dan lainnya.

laporan penelitian ini didasarkan pada pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan berbagai metodologi *Servqual*, *IPA* dan *CSI* untuk menyelesaikan sebuah proyek berjudul "Proyek Akhir" yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA KURIR TORNADO"

1.2 Identifikasi Masalah

Laporan penelitian ini didasarkan Berdasarkan latar belakang di atas, pertanyaan penelitian ditetapkan sebagai berikut :

1. Masih adanya tenaga kerja yang kesulitan dalam pencarian alamat yang membuat waktu pengantaran kurir yang kurang efektif .
2. Konsumen sering mengeluh tentang barang yang rusak dan kotor.

1.3. Batasan Masalah

Adapun Batasan Masalah dalam penelitian pada kurir Tornado :

1. Menganalisa faktor layanan kurir pada Jasa Kurir Tornado
2. Penelitian ini menggunakan metode *Servqual*, *IPA* dan *CSI*
3. Objek penelitian pada Kurir Tornado dan *Costumer* hanya pada Area Batu Aji

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka dapat dirumuskan masalah dari penelitian sebagai berikut:

1. Apakah ada kendala kurir dalam pencarian alamat konsumen?
2. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa Kurir Tornado Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui masalah kurir menemukan alamat konsumen.
2. Mengetahui seberapa puas pelanggan terhadap kualitas layanan Batam Tornado Kurir.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Lembaga penelitian
 - a. Membangun kemitraan antara pendidikan dan industri melalui akademisi.
 - b. Peneliti industri dapat menggunakan peneliti sesuai dengan kebutuhan dunia kerja.

2. Universitas Putri Batam
 - a. Memperkenalkan orang ke dunia bisnis.
 - b. Menyiapkan sumber daya manusia yang mampu bersaing.
 - c. Meningkatkan hubungan baik antara perguruan tinggi Universitas Putera Batam dengan Batam Tornado Courier.
 - d. Sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan dan peningkatan mutu pendidikan.

3. Untuk Mahasiswa
 - a. Mewujudkan ilmu yang didapat di universitas.
 - b. Mengembangkan rasa tanggung jawab dan mentalitas siswa.

- c. Sebagai perbandingan antara ilmu yang dimiliki mahasiswa dengan tuntutan duniakerja.

BAB II

Tinjauan Pustaka

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pengertian Pelayanan

Pada umumnya *Customer service* adalah untuk memuaskan semua aktivitas pelanggan.. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan adalah membantu seseorang untuk memenuhi kebutuhannya sendiri, dan pelayanan adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan orang lain.. Layanan adalah aktivitas, pada dasarnya adalah proses. Sebagai proses pelayanan yang terjadi secara teratur dan memenuhi kebutuhan setiap orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan dilakukan melalui aktivitas orang lain. (Oliver, 2013).

Layanan adalah aktivitas kebutuhan konsumen yang menciptakan kesan unik yang dimiliki organisasi. Pelayanan Konsumen yang Puas sangat penting karena pelayanan yang baik membuat konsumen menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. (Herawati et al., 2018). bahwa layanan atau layanan adalah aktivitas atau kinerja tidak berwujud yang diberikan kepada pihak lain yang tidak menciptakan kepemilikan apa pun dan yang produksinya mungkin atau mungkin tidak terjadi dalam produk fisik. tidak dapat dipatahkan. Lebih lanjut Munir mengemukakan bahwa pelayanan publik adalah kegiatan orang (sekelompok orang) berdasarkan faktor material, melalui sistem, prosedur, dan metode, sesuai dengan hak orang lain untuk mencapai kepentingan orang lain. padi. Implementasi layanan terukur, sehingga mereka dapat menetapkan dasar untuk waktu yang dihabiskan dan hasil, kata Munir. Standar memungkinkan manajer untuk

merencanakan, melaksanakan, memantau dan mengawasi kegiatan sehingga hasil akhirnya memuaskan semua pihak yang berkepentingan. (Oliver, 2013).

2.1.2. Pengertian Pelanggan

Pelanggan didefinisikan dalam perbankan sebagai pengguna dan pelanggan produk sebelum proses produksi selesai. Pelanggan sebagai orang yang berinteraksi dengan perusahaan. Pelanggan adalah orang yang membeli dan menggunakan produk Anda. Dalam perusahaan jasa, orang yang menggunakan jasa adalah pelanggan. (Riyani et al., 2021). Pelanggan dapat memiliki interaksi yang umum pada sebuah bisnis dalam perusahaan dan mempengaruhi bisnis (H. Lesmana, 2016).

2.1.3. Pengertian Pelayanan Pelanggan

Layanan pelanggan adalah cara di mana karyawan yang berpengetahuan, kompeten, dan terlibat melayani pelanggan, baik internal maupun eksternal, dengan cara yang memenuhi kebutuhan yang teridentifikasi dan tidak teridentifikasi untuk mencapai hasil akhir yang positif. berarti kemampuan untuk menyediakan produk dan jasa kepada (Wibisono & , 2016).

Layanan pelanggan mengacu pada berbagai kegiatan di semua bidang perusahaan, yang menggabungkan segala sesuatu mulai dari pemesanan hingga pemenuhan hingga memberikan hasil layanan melalui komunikasi dan berupaya meningkatkan kolaborasi dengan konsumen. (Prasetio, 2012). Persepsi pelanggan Layanan pelanggan produk unggulan perusahaan adalah nilai dan kualitas, seringkali ditentukan oleh siapa yang datang. Layanan pelanggan juga merupakan keunggulan kompetitif utama, karena pelanggan dapat menawar produk

perusahaan Anda. Pelayanan lebih cepat, kemudahan pelayanan, dll. Pelanggan menginginkan pesan yang lengkap dan jelas.

Pelayanan pada pelanggan (Kukuh Familiar, 2015). ialah:

1. *Personalized*

Pekerjaan yang memanggil pelanggan dengan nama dengan senyuman dan menyentuh mereka dari lubuk hati mereka..

2. *Memorable*

Memberikan pelayanan yang berkesan bagi pelanggan. Misalnya, gunakan respons cepat untuk mendukung perselisihan pelanggan. Memberikan pelayanan yang selalu berkesan tidak harus mahal. Bahkan layanan kecil pun sangat penting. Misalnya, perhatian khusus kepada pelanggan.

3. *Timely*

Sekarang bukan saatnya melayani pelanggan dengan pelayanan yang lambat. Pelanggan yang menggunakan produk dan layanan kami adalah pelanggan khusus dan sibuk. Sehingga perusahaan perlu memberikan pelayanan yang terbaik secepat mungkin kepada mereka yang telah ada sebelumnya.

2.1.4. Kualitas Pelayanan

Kajian ini mencerminkan berbagai pemikiran dan membuat proposal panduan untuk memberikan dasar untuk mengembangkan hipotesis tentang penelitian dan memberikan saran untuk penelitian masa depan, seperti yang ditunjukkan di bawah ini. (wilhelmina kosnan, 2019), yaitu;

1. Berwujud (*Tangible*)

Kemampuan perusahaan untuk membuatnya tersedia bagi pihak eksternal adalah nyata. Penampilan peralatan Infrastruktur fisik perusahaan dan kemampuannya untuk bergantung pada kondisi lingkungan menunjukkan hal ini.

2. Keandalan (*Reliability*)

rahasia dan dapat diandalkan dalam kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang tepat. Harapan pelanggan harus memenuhi Kinerja. Ini berarti layanan cepat, bebas kesalahan, perilaku penuh perhatian, dan presisi tinggi untuk semua pelanggan secara tepat waktu.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan yaitu kebijakan untuk menyelesaikan masalah secara jelas dan mendukung serta menyediakan pelayanan yang lebih cepat (responsif) dan lebih sempurna kepada pelanggan.

4. Jaminan serta Kepastian (*Assurance*)

Guarantee dan Assurance, Yaitu untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dalam hal pengetahuan, kesopanan dan kompetensi karyawan perusahaan, termasuk kehandalan, komunikasi, kompetensi keamanan, dan kesopanan.

5. Ikut merasakan (*Empathy*)

Ikut Partisipasi berarti memberikan perhatian yang murah hatiTargetkan pelanggan secara individu atau khusus dengan mencoba memahami harapan mereka. Perusahaan perlu mengetahui dan memahami pelanggan mereka, memahami kebutuhan spesifik pelanggan mereka, dan bermain dengan pelanggan mereka.

2.1.5. Kepuasan Pelanggan

Definisi Kepuasan pelanggan adalah preferensi atau kekecewaan individu sebagai akibat membandingkan layanan atau produk yang Persepsi dengan layanan atau produk yang diharapkan.(Satryawati, 2018).

Prinsip dasar dalam tentang kepuasan Pelanggan yaitu:

1. Kepuasan Pelanggan ialah senjata strategis dan penting untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan keuntungan.
2. Kepuasan Pelanggan dimulai dengan tanggung jawab manajemen puncak. Komitmen kami terhadap kepuasan pelanggan dan kesuksesan organisasi kami terlihat, ada di mana-mana, dan berkelanjutan..
3. Kepuasan berdampak pada seluruh organisasi. Manajemen harus melibatkan semua organisasi jika ingin memaksimalkan keberhasilan.
4. Kepuasan pelanggan memiliki dampak mendasar pada seluruh struktur organisasi. Seluruh organisasi harus dibentuk untuk memuaskan pelanggan..
5. Menghitung, mengukur, dan melacak kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan didasarkan pada data, bukan teori..

2.1.6. Faktor faktor yang menentukan taraf kepuasan

Pilih tingkat kepuasan pelanggan untuk faktor yang paling penting untuk dipertimbangkan, yaitu:

1. Kualitas Produk

Produk yang berkualitas membuat pelanggan senang ketika ulasan menunjukkan penggunaan produk mereka. Produk berkualitas membuat pelanggan lebih cerdas dalam memilih produk dengan harga lebih tinggi.

Dalam hal ini, nilai tambah yang ada di benak pelanggan adalah kualitas produk yang prima.

2. Kualitas Pelayanan

Pelanggan senang ketika mereka menerima layanan yang sangat baik dan memenuhi harapan. Pelanggan yang puas menawarkan kesempatan untuk pelanggan membeli produk dengan kualitas sama atau produk yang sudah nyaman. Persepsi mereka tentang produk perusahaan cenderung mengarah pada pelanggan yang lebih bahagia.

3. Emosional

Pelanggan akan bangga dan puas dengan produk merek mewah dan orang lain akan kagum. Kebanggaan dan kepuasan pelanggan yang membuat brand kita sendiri senang tidak lahir dari kualitas.

4. Harga

Pelanggan memilih produk yang relatif murah yang menawarkan kualitas yang sama tetapi nilai tambah dengan harga lebih rendah.

5. Biaya

Pelanggan memiliki kecenderungan untuk senang dengan layanan dan produk tanpa harus menghabiskan lebih banyak waktu untuk mendapatkannya.

2.1.7. *Servqual (Service Quality)*

Servqual adalah alat pengukur Model ini disebut juga dengan *Gap (Gay and Pride)*. *SQ* atau *Servqual*, merupakan Kualitas layanan dalam persepsi dan diharapkan dapat dibandingkan (Nababan, 2018). Penghitungan dari skor *SQ* :

$$\text{Service Quality} : P - I$$

Rumus 2. 1 *Service Serqual*

Keterangan :

SQ = Kualitas pelayanan

P = Persepsi Konsumen terhadap Pelayanan

I = Harapan Konsumen

Menurut (Pranitasari & Sidqi, 2021) *Servqual* Melihat bagaimana situs web di berbagai tingkatan membuat proses pembelian produk dan pengiriman produk dan layanan kepada pelanggan menjadi efisien dan efektif. Kualitas layanan mencakup semua ulasan pelanggan untuk pengiriman online dan pemecahan masalah. Dua dimensi *SQ* adalah :

1. Skala dari layanan inti :
 - a. *Efficiency* keinginan pelanggan untuk menampilkan informasi tentang suatu produk dan mempermudah dalam mengakses atau memasuki suatu website.
 - b. *Fulfillment* kelengkapan suatu produk yang memberikan pelayanan tepat waktu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.
 - c. *Reliability* persyaratan kinerja akhir yang disepakati untuk pelanggan.
 - d. *Privacy* adalah perlindungan data bertujuan untuk menjamin keamanan transaksi perdagangan nasabah tanpa mengekspos pihak ketiga yang dapat

merugikan atau menimbulkan masalah bagi nasabah.

2. Skala dari layanan pemulihan
 - a. *Respons* adalah solusi perbaikan garansi dengan memberikan informasi tepat waktu tentang insiden.
 - b. *Compensation* adalah kompensasi jika terjadi kegagalan sistem..
 - c. *Contact* empat pelanggan dan Berkomunikasi dengan baik melalui telepon atau online Berkomunikasi dengan mudah dalam bisnis.

Hitung persepsi pelanggan X dan harapan pelanggan Y dari masing-masing atribut dan hitung rata-rata \bar{X} dan \bar{Y} masing-masing.

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

Rumus 2. 2 Rata-rata Perhitungan X dan Y

Keterangan:

\bar{X} = Persepsi Rata-rata

\bar{Y} = Harapan Rata-Rata

n = Jumlah Sampel

Perhitungan dan penentuan gap :

$$NSi = Xi - Yi$$

Rumus 2. 3 *Servqual GAP*

Keterangan :

NSi = Nilai *Servqual GAP* untuk setiap atribut.

$\bar{X}I$ = kinerja yang Persepsi rata-rata.

$\bar{Y}I$ = nilai rata-rata yang diharapkan.

Cara menghitung rata-rata keseluruhan Gap :

$$NS_{ij} = \frac{NS_i}{A}$$

Rumus 2. 4 Rata rata *Servqual GAP*

Keterangan :

\bar{NS}_{ij} = Nilai *GAP Servqual* Rata-rata

NS_i = Nilai *Servqual GAP* untuk setiap atribut

A = Jumlah atribut untuk setiap dimensi

Ringkasan skor kepuasan yang dihitung untuk setiap dimensi diakhiri dengan keputusan berikut:

1. Nilai kepuasan negatif < 0
2. Nilai kepuasan sama dengan nol $= 0$
3. Nilai kepuasan positif > 0

2.1.8. Importance Performance Analysis (IPA)

Dalam pendekatan ini, pertanyaan dijawab untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja atribut organisasi untuk setiap atribut disebut analisis kinerja kepentingan. Matriks ini membantu membagi organisasi ke dalam wilayah tertentu. Oleh karena itu, peningkatan kinerja dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan pengguna layanan (T. Lesmana & Silalahi, 2020).

IPA menggunakan data ini untuk mengukur ekspektasi dan persepsi, alasan sebenarnya yang Persepsi pelanggan. Meningkatkan kepuasan pelanggan (Widiyanti, 2022). Rumus berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi}$$

Rumus 2. 5 Kesesuaian Respon

Keterangan:

TKI = Kesesuaian Jawaban.

Xi = Skor Evaluasi Layanan.

Yi = Nilai Nilai Penting.

dalam rumus:.

Dalam rumus maka:

$$X = \frac{Xi}{n} \text{ dan } Y = \frac{Yi}{n}$$

Rumus 2. 6 Rata rata X dan Y

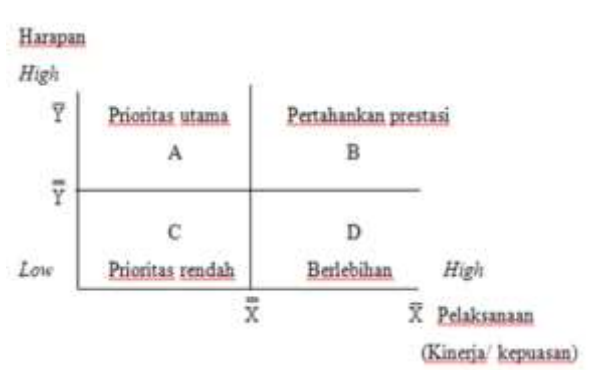
Keterangan:

X = rata-rata peringkat pemberian layanan

Y = rata-rata peringkat kepentingan pelanggan

n = jumlah responden

Metode ini menjawab pertanyaan untuk menilai pentingnya dan pencapaian atribut apabila $T Ki = 100\%$. Gambar 2.1 menunjukkan diagram kartesius penentuan aturan operasi layanan sesuai harapan pelanggan..



Gambar 2. 1 Diagram *Cartesius*

2.1.9. *CSI (Customer Satisfaction Index)*

CSI adalah analisis data kuantitatif hadiah yang menyenangkan pelanggan melalui survei kepuasan pelanggan. *CSI* adalah metrik untuk mengukur kepuasan pelanggan secara keseluruhan menggunakan pendekatan atribut penting. Indeks Kepuasan Pelanggan (*CSI*) sangat berguna untuk keperluan internal. Misalnya memotivasi karyawan dalam meningkatkan pelayanan atau memberikan contoh bonus yang mewakili kepuasan.

Menurut (Trinoto et al., 2021) ada empat langkah yang dilakukan untuk menentukan besarnya *CSI* :

Dapatkan *MIS* dan *MSS*. Nilai kepentingan rata-rata (*MIS*) adalah rata-rata dari nilai kepentingan atribut. Mean Satisfaction (*MSS*) adalah kepuasan rata-rata terhadap pelayanan.

Tabel 2. 1 Skala Likers CSI

NO	Nilai Indeks (%)	Skala Likers kriteria CSI
1	0.00 - 34.99	Sangat Tidak Setuju
2	35.00 - 50.99	Tidak Setuju
3	51.00 - 65.99	Cukup Setuju
4	66.00 - 80.99	Setuju
5	81.00 - 100.0	Sangat Setuju

$$MIS = \frac{[\sum_{i=1}^n Y_i]}{n}$$

Rumus 2. 7 Mean Importance Score

Keterangan:

Y_i = nilai kepentingan atribut Y_i

n = jumlah responden

$$MSS = \frac{[\sum_{i=1}^n Y_i]}{n}$$

Rumus 2. 8 Mean Satification Score

Keterangan:

Y_i = pentingnya atribut Y

n = jumlah tanggapan

Perhitungan faktor pembobotan.

WF adalah persentase skor MIS -nya untuk setiap indikator terhadap total MIS untuk semua indikator.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Rumus 2. 9 Weight Factor

Keterangan:

MIS_i = Nilai rata-rata kepentingan i

$\sum_{i=1}^p MIS_i$ = Total rata-rata kepentingan dari ke i ke p

Penghitung *Weight Score*. *WS* Perkalian antara *WF* dengan hasil rata-rata tingkat kepuasan.

$$WS_i = WFi \times MSS$$

Rumus 2. 10 *Weight Score*

Keterangan:

Wfi = Faktor tertimbang ke-i

MPS = Rata-rata tingkat kepuasan pelanggan

Bagian cara untuk menemukan CSI

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p MIS}{HS} \times 100\%$$

Rumus 2. 11 *CSI (Costumer Satisfaction Index*

Keterangan :

$\sum_{i=1}^p MIS$ = Total rata-rata skor kepentingan dari-i ke-p

HS = *Higest scale* skala maksimum yang digunakan *Impoetance*.

2.2. Penelitian Terdahulu

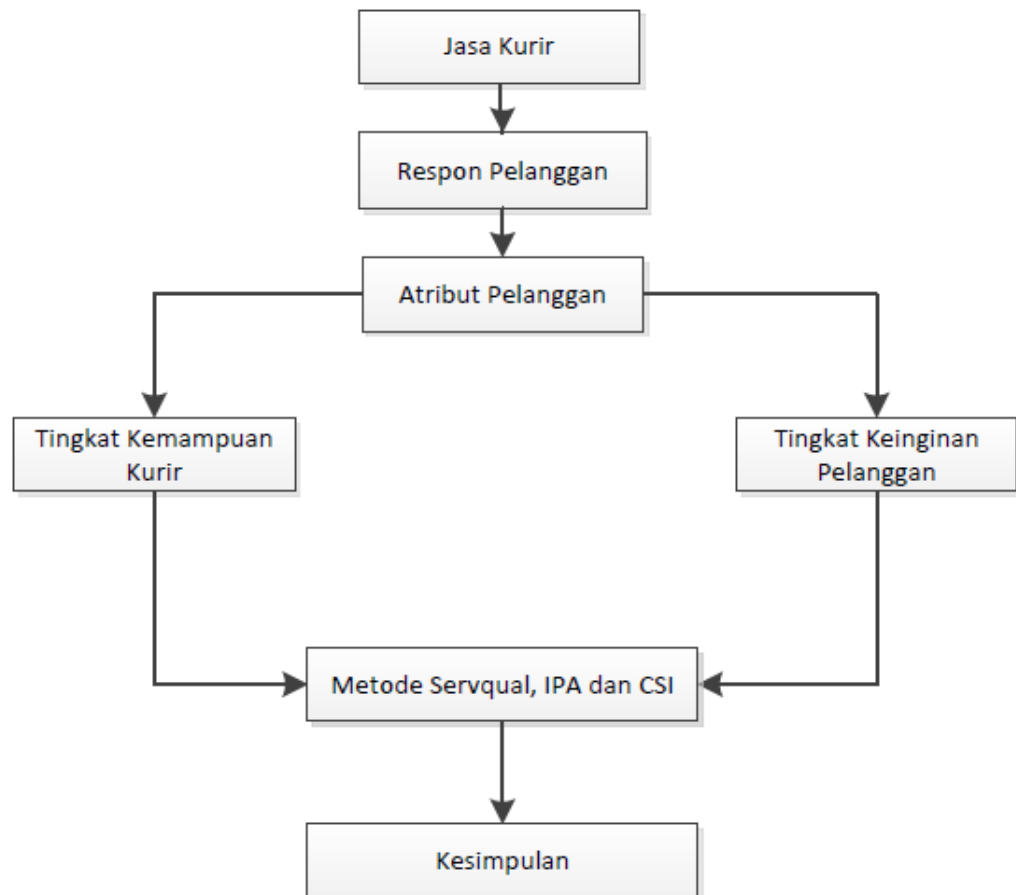
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

1	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Putri Rahmayanti Tambunan dan Bethani Suryawardani (2014)
	Judul Penelitian	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. JNE Perwakilan Kawalayaan Tahun 2014
	Hasil Penelitian	Hasil Survei Hasil survei ini berkisar antara 62,50% hingga 81,25% secara kontinu, menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori tinggi. Sementara itu, kualitas layanan JNE Kawalayaan berdampak 56,4% terhadap kepuasan pelanggan. Ia mungkin hanya memiliki tiga aspek kualitas layanan yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan: daya tanggap, spesifisitas, dan keandalan.
2	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Ida Ayu Laksmi Wulandari ¹ Ni Made Rastini ² (2022)
	Judul Penelitian	PERAN KESADARAN MEREK MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP EKUITAS MEREK PADA PELANGGAN JASA KURIR JN
	Hasil Penelitian	Hasil Metode analisis deskriptif dan inferensial digunakan sebagai metode analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh sangat positif terhadap kesadaran merek, kesadaran merek berpengaruh sangat positif terhadap ekuitas merek, dan kualitas layanan berpengaruh positif besar terhadap ekuitas merek. itu dilakukan. Mempengaruhi dan membuktikan bahwa persepsi merek mengkomunikasikan dampak layanan. Dari kualitas hingga ekuitas merek, kami memberikan nilai positif dan signifikan. Otoritas Kurir PT. TIKI terletak di jalur Nugrahae Kakrir (JNE) kota Denpasar.
3	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Fariska Hariana (2020)
	Judul Penelitian	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING J&T EXPRESS DI KECAMATAN TAMAN SIDOARJO

	Hasil Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan efek samping positif yang jelas. Keunggulan kompetitif berpengaruh sangat positif terhadap kualitas layanan, dan keunggulan kompetitif berpengaruh sangat positif terhadap kualitas layanan dan citra perusahaan. Peningkatan keunggulan bersaing berpengaruh positif besar terhadap citra perusahaan.
4	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	(Aliyah & Istiyanto, 2022)
	Judul Penelitian	Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman Noni Juice Boyolali Saat Pandemi
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian dalam beberapa metode Kualitas pelayanan, serta dalam kualitas produk, dan suatu harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen minuman herbal sari mengkudu.
5	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	(Olanta et al., 2019)
	Judul Penelitian	Perbandingan Metode ANP Dan AHP Dalam Pemilihan Jasa Kurir Logistik Oleh Penjual Gadget Online
	Hasil Penelitian	Pengolahan dan analisis data menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan urutan pencapaian setiap titik seleksi ketika menggunakan metode ANP dan AHP, dan tidak ada perbedaan kecil dalam pembobotan kriteria antara metode ANP dan AHP.
6	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	(Widiyanti, 2022)
	Judul Penelitian	Evaluasi <i>Servqual</i> pada Petshop Indonesia menggunakan Metode <i>IPA</i> dan <i>CSI</i>
	Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dalam pemetaan atribut layanan Petshop Indonesia bisa dapat dievaluasi untuk menentukan enam atribut yang bisa dalam perbaikan oleh perusahaan. Sisanya 14 atribut dapat memberikan hal kepuasan kepada responden. Selain itu, hasil pengukuran <i>CSI</i> termasuk dalam kategori “memuaskan”.
7	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	(Nansi, 2022)

Judul Penelitian	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pemilihan jasa pengiriman barang (studi kasus pada dpl <i>translogistics</i>) Oleh
Hasil Penelitian	Hasil analisa menunjukkan bahwa kecepatan dan keamanan pengiriman produk, layanan pengepakan dan pengemasan ulang, serta layanan asuransi merupakan keunggulan kompetitif. Sebagai penyedia jasa pengiriman barang di Yogyakarta,.

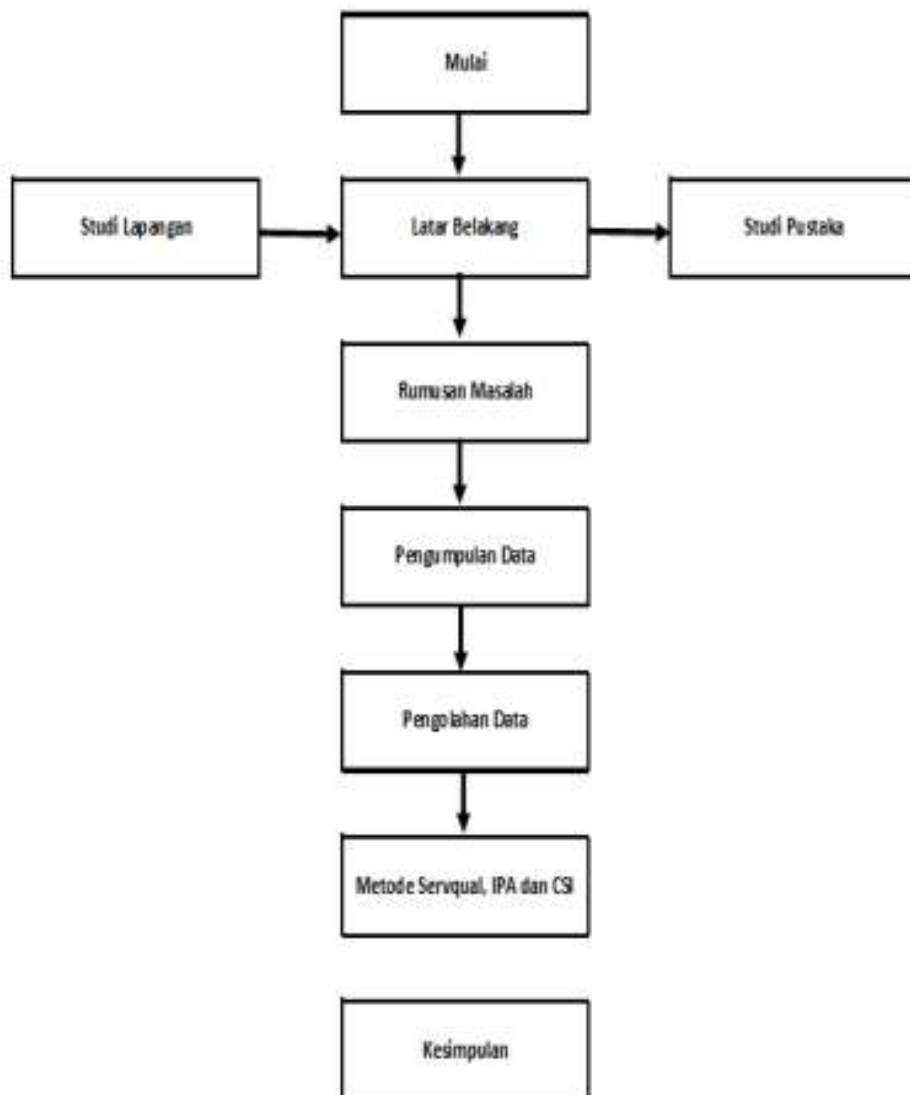
2.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran

BAB III METEDEOLOGI PENELITIAN

3.1. Design Penelitian



Gambar 3. 1 Desain Penelitian

3.2. Variabel Penelitian

3.2.1. Variabel Dependen

Variabel Terikat di gunakan peneliti dari data Kepuasan Pelanggan.

Tabel 3. 1 Pernyataan dari pelayanan

No	Pernyataan
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	
1	Kebersihan dalam ruangan serta fasilitas dalam ruangan terjaga
2	penampilan yang menarik pada karyawan atau kerapahian dalam memakai seragam
3	<i>Attitude</i> karyawan dalam menyambut atau berbicara kepada pelanggan
4	Atribut yang layak pakai yang digunakan dalam mengantar barang kepada pelanggan
5	alat komunikasi atau aplikasi jasa kurir kepada pelanggan
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	
6	Pengiriman yang tepat waktu dalam pengantaran barang sesuai jadwal pengiriman
7	Harga pengiriman jasa kurir yang sesuai dengan kompetitor di sektor batu aji
8	Kurir memiliki pengetahuan yang cukup dalam rute wilayah batu aji (<i>Responsiveness</i>)
Tanggapan (<i>Responsiveness</i>)	
9	Pengantaran yang cepat sampai ketujuan
10	Kurir memiliki prilaku yang sopan dalam berinteraksi dengan pelanggan
11	Kurir memiliki respon yang cepat terhadap keluhan pelanggan
Keyakinan (<i>Assurance</i>)	
12	Pengantaran barang yang sesuai dengan permintaan pelanggan
13	Nota pembayaran sesuai dengan harga barang yang di antar
14	Barang yang diterima pelanggan dalam keadaan bagus tanpa ada rusak sedikit pun
15	Tidak ada syarat ketentuan yang berlaku yang disembunyikan oleh kurir
Empati (<i>Empathy</i>)	
16	Memberikan senyuman atau perhatian kepada pelanggan
17	kurir bersedia membantu pelanggan
18	memberikan pelayanan sesuai standar jasa kurir dan tanpa membedakan jenis kelamin dan umur kepada pelanggan

3.2.2. Variabel Independen

Adalah *variable* bebas dan tidak bergantung dengan variabel lainnya:

1. Bukti Fisik (*Tangible*) : T1, T2, T3, T4, T5
2. Keandalan (*Reliability*) : RL1, RL2, RL3
3. Tanggapan (*Responsiveness*) : RP1, RP2, RP3
4. Keyakinan (*Assurances*) : A1, A2, A3, A4
5. Empati (*Emphatys*) : E1, E2, E3

3.3. Populasi dan Sample

1. Populasi

98 Data Populasi yang disurvei peneliti dalam studi kepuasan ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa kurir antara tanggal Feburari 2022 – Agustus 2022.

2. Sample

Dari populasi di atas, ada 98 data dari 78 ukuran sampel setara yang diperoleh dalam penelitian ini. Data diperoleh dari periode Feburari 2022 – Agustus 2022 yang dipilih pada sejumlah variabel. Jika kita menghitung sampel menggunakan rumus teknik sampling *Slovin* dengan tingkat kesalahan 5% :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{98}{1 + 98 (5\%)^2}$$

$$= \frac{98}{1 + 98(0.05)^2}$$

$$n = \frac{98}{1 + 98(0.0025)}$$

$$n = \frac{98}{1 + 0.245}$$

$$n = \frac{98}{1.245}$$

$$n = 78$$

3.4. Teknik Pengambilan Data

3.4.1. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti dapat memperoleh teori dasar dan ide-ide tentang masalah yang diteliti dengan memeriksa dan memahami laporan akademik, literatur, atau bibliografi makalah ilmiah yang tersedia di landasan penelitian.

3.4.2. Data Penelitian

Dalam penelitian lapangan, peneliti dapat menempuh berbagai cara. Metode ini sering digunakan oleh para peneliti. Artinya, Anda bisa datang langsung ke perusahaan untuk penelitian. Oleh karena itu, apa yang diharapkan dari peneliti dapat dilakukan dengan beberapa cara.:

1. Observasi

awal dari bagaimana menjalani atau mengamati secara langsung suatu objek penelitian untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Karena datanya ada dan benar.

2. Wawancara

Sedangkan untuk wawancara, peneliti dapat melakukan wawancara secara langsung dan tidak langsung. Wawancarai karyawan, pemilik, dan pelanggan layanan secara langsung untuk menemukan masalah umum dengan survei Tornado Kurir Pengumpulan data dapat dilakukan dengan menyebarkan survei kepada konsumen dan pelanggan. Survei ini berisi pertanyaan dan pernyataan tentang layanan yang diberikan. Ini terdiri dari lima aspek kualitas layanan.

Tangible, Reliability, Responsiveness, Security, Empathy. Dari nilai atribut yang dihasilkan 1, 2, 3, 4, dan 5 dari kelima dimensi tersebut, beri nilai kuesioner pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. 2 Skala Likert untuk nilai persepsi dan harapan

Nilai	Persepsi (P)	Harapan (I)
1	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Puas
2	Tidak Setuju	Tidak Puas
3	Cukup Setuju	Cukup Puas
4	Setuju	Puas
5	Sangat Setuju	Sangat Puas

Dimensi-dimensi didalam kuesioner berjumlah 18 pertanyaan dan pernyataan yang tercakup kedalam 5 variabel kualitas layanan. Ada dimensi kinerja dan dimensi harapan disajikan dalam 2 tabel.

Tabel 3. 3 Dimensi untuk kinerja jasa

No	Pernyataan	Simbol
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)		
1	Kebersihan dalam ruangan serta fasilitas dalam ruangan terjaga	T1
2	penampilan yang menarik pada karyawan atau kerapuhan dalam memakai seragam	T2
3	<i>Attitude</i> karyawan dalam menyambut atau berbicara kepada pelanggan	T3
4	Atribut yang layak pakai yang digunakan dalam mengantar barang kepada pelanggan	T4
5	alat komunikasi atau aplikasi jasa kurir kepada pelanggan	T5
Kehandalan (<i>Reliability</i>)		
6	Pengiriman yang tepat waktu dalam pengantaran barang sesuai jadwal pengiriman	RL1
7	Harga pengiriman jasa kurir yang sesuai dengan kompetitor di sektor batu aji	RL2
8	Kurir memiliki pengetahuan yang cukup dalam rute wilayah batu aji (<i>Responsiveness</i>)	RL3
Tanggapan (<i>Responsiveness</i>)		
9	Pengantaran yang cepat sampai ketujuan	RP1
10	Kurir memiliki prilaku yang sopan dalam berinteraksi dengan pelanggan	RP2
11	Kurir memiliki respon yang cepat terhadap keluhan pelanggan	RP3
Keyakinan (<i>Assurance</i>)		
12	Pengantaran barang yang sesuai dengan permintaan pelanggan	A1
13	Nota pembayaran sesuai dengan harga barang yang di antar	A2
14	Barang yang diterima pelanggan dalam keadaan bagus tanpa ada rusak sedikit pun	A3

15	Tidak ada syarat ketentuan yang berlaku yang disembunyikan oleh kurir	A4
Empati (<i>Empathy</i>)		
16	Memberikan senyuman atau perhatian kepada pelanggan	E1
17	kurir bersedia membantu pelanggan	E2
18	memberikan pelayanan sesuai standar jasa kurir dan tanpa membedakan jenis kelamin dan umur kepada pelanggan	E3

Ini adalah kuesioner keinginan dimensional untuk kesesuaian yang kira-kira sama dengan kinerja dimensional untuk berbagai kualitas layanan, dengan perbedaan bahwa pertanyaan ini memiliki teks deskriptif.

Tabel 3. 4 Dimensi untuk harapan pelanggan

No	Pernyataan	Simbol
<i>Bukti Fisik (Tangible)</i>		
1	<i>Clean kurir room center</i> adalah yang dapat disahkan sebagai penentu jadi saya beli atau tidak sekarang	T1
2	Tampilan kurir yang rapi dan mulus itulah yang di sahkan sebagai penentu apakah saya sudah tidak beli lagi atau tidak	T2
3	Gaya hidup tempat parkir yang luas dan ok inilah yang menjadi penentu jadi tidaknya saya membeli atau tidak.	T3
4	Ketersediaan kamar mandi yang halus dan tidak berbau itulah yang disepakati sebagai penentu jadi tidaknya saya beli lagi atau tidak	T4
5	Gaya Hidup Percakapan Kurir Berkomunikasi Dengan Pelanggan Melalui Jejaring sosial (<i>Whatsapp</i>) Inilah Yang Dibenarkan Sebagai Penentu Apakah Saya Tidak Beli Lagi Atau Tidak	T5
<i>Kehandalan (Reliability)</i>		
6	Penawaran pengiriman barang harus tepat waktu inilah yang diorisasi sebagai penentu apakah saya tidak lagi membeli atau tidak	RL1
7	Biaya jasa kurir yang dipasok sesuai dengan badan barang itulah yang disepakati sebagai penentu apakah saya tidak lagi membeli	RL2
8	Kurir mengakui bahwa kurir adalah satu-satunya ini yang berwenang sebagai penentu jadi apakah saya tidak lagi membeli	RL3
<i>Tanggapan (Responsiveness)</i>		
9	Kurir pengiriman cepat ke tempat liburan inilah yang disahkan sebagai penentu jadi tidaknya saya membeli	RP1
10	Kurir biasanya menjawab pertanyaan pembeli dengan sopan adalah apa yang sah sebagai penentu apakah saya tidak akan membeli lagi.	RP2
11	Kurir menjawab proses pembeli dengan benar adalah apa yang disahkan sebagai penentu apakah saya tidak lagi membeli.	RP3
<i>Keyakinan (Assurance)</i>		
12	menyediakan barang sesuai pesanan pembeli, hanya itu saja yang berwenang sebagai penentu saya beli	A1
13	. Kwitansi pembelian harus akurat dan sesuai, itulah yang dikuasakan sebagai penentu apakah saya tidak lagi membeli.	A2
14	Kurir mensuplai barang dalam keadaan tepat atau tidak rusak lagi itulah yang sah sebagai penentu saya beli	A3

15	Tidak ada ungkapan dan situasi yang relevan yang dapat disembunyikan melalui kurir, itulah yang disepakati sebagai penentu apakah saya tidak lagi membeli atau tidak	A4
<i>Empati (Empathy)</i>		
16	Kurir mencatat klien adalah apa yang diotorisasi sebagai penentu apakah saya tidak lagi membeli atau tidak	E1
17	Kurir yang memperhatikan keinginan dan kebutuhan pembeli adalah hal yang sah sebagai penentu apakah saya tidak akan membeli lagi atau tidak.	E2
18	Kurir menawarkan penawaran kepada semua klien terlepas dari reputasi sosial adalah apa yang diotorisasi sebagai penentu apakah saya tidak lagi membeli atau tidak	E3

Penelitian kemudian dikirim tanpa penundaan atau berputar-putar ke solusi. Survei atau kuis yang tersebar luas mungkin berada dalam bentuk kueri atau Anda dapat menyelesaikan kueri dalam bentuk kuis. Setelah kuesioner ditutup, solusinya adalah memilih kolom kueri. Saat survei dibuka, Anda dapat membalas melalui cara mengetik reaksi Anda di dalam area yang disediakan. Berikut kuesionernya:

Tabel 3. 5 Kuesioner Kepuasan Pelanggan

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
1.	Apakah menurut Anda ruangan kurir itu bersih?					
2.	penampilan kurir rapi dan bersih ?					
3.	Kurir bersikap sopan dan santun kepada costumers?					
4.	keranjang kurir yang masih layak pakai ?					
5.	Apakah komunikasi melalui Jejaring sosial (<i>Whatsapp</i>) dapat diakses antara kurir dan pelanggan ?					
6.	Apakah menurut Anda layanan pengiriman harus tepat waktu?					
7.	Menurut Anda, apakah harga jasa kurir yang ditawarkan sesuai dengan fisik barang?					
8.	Apakah menurut anda kurir tersebut mengetahui rute Batu Aji ?					
9.	Menurut anda apakah kurir cepat sampai tujuan?					
10.	Apakah menurut Anda kurir selalu menanggapi pertanyaan pelanggan dengan sopan?					

11.	Apakah menurut Anda kurir menanggapi keluhan pelanggan dengan tepat?					
12.	Apakah menurut Anda kurir akan mengirimkan barang sesuai pesanan pelanggan?					
13.	Apakah menurut Anda bukti pembelian harus akurat dan masuk akal?					
14.	Apakah Anda yakin kurir mengirimkan barang dalam kondisi baik atau tidak rusak?					
15.	Apakah menurut Anda ada syarat dan ketentuan yang berlaku yang disembunyikan oleh kurir?					
16.	Apakah menurut Anda kurir memperhatikan pelanggan mereka?					
17.	Menurut anda, apakah kurir peduli terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan					
18.	Apakah menurut Anda kurir melayani semua pelanggan tanpa memandang status sosial?					

Survei ini dihasilkan melalui Angket dengan memberikan kertas langsung pada customer nya dan didistribusikan melalui Angket yang sudah diisi ke pelanggan Tornado Kurir yang telah menyelesaikan pembelian produk yang sedang berlangsung.

3.5 Teknik Analisis Data

Langkah analisis yang dilakukan meliputi :

1. Analisis *Servqual*

Untuk mengetahui persepsi dan harapan klien Tornado kurir *Service* atas penawaran yang diberikan dan hasil perhitungannya disebut sebagai *Service Quality*.

2. Analisis Data menggunakan *IPA*

Informasi dari evaluasi *IPA* ini adalah untuk menentukan operator besar dari penawaran Kurir Tornado Dalam metodologi *IPA* yang berbeda, yang diuji melalui penyesuaian ekspektasi yang Persepsi klien terhadap kinerja keseluruhan operator

Kurir Tornado. diberi keinginan 4 kuadran, dari kuadran A, B, C, dan D, mulai dari rendah hingga berlebihan.

3. Analisis Data menggunakan *CSI*

Evaluasi *CSI* terutama didasarkan sepenuhnya pada tingkat umum kebanggaan klien dengan pentingnya fakta Tornado Kurir.

4. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Pengujian validitas dan reliabilitas fakta Penilaian ini telah disebarkan melalui kuesioner 80-reaksi dan fakta-fakta tersebut diolah menggunakan aplikasi ini, Excel dan SPSS 22.0.

5. Uji Validitas Data

Uji diatas membandingkan antara rhitung dan rtabel :

1. Jika rhitung lebih besar dari rtabel = *valid*
2. Jika rhitung lebih kecil dari rtabel = tidak *valid* mencari rtabel dengan $N = f(x)$

Dengan margin eror 5% pada distribusi rtabel, maka dilihat rtabel nilai bernilai 0.1865.

Nilai Signifikansinya :

1. Jika nilai signifikan nilai kecil dari pada 0.05 = valid
2. Jika nilai signifikan nilai besar dari pada 0.05 = tidak valid

6. Uji Reliabilitas Data

Perhitungan uji reliabilitas pendekatan *Cronbach's Alpha* dilakukan, jika harga *Cronbach's Alpha* (besar) $> 0,6$ maka fakta-fakta dari tampilan disebut dapat diandalkan dan jika harga *Cronbach's Alpha* (kecil) $< 0,6$ maka fakta dari lihat dikenal sebagai tidak dapat diandalkan.

3.6 Objek dan Lokasi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Pada Tornado Kurir Batam di perumahan sentosa perdana blok M. 13 batuaji

2. Jadwal Penelitian

Tabel 3. 6 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																			
		Agustus 2022				September 2022				Oktober 2022				November 2022				Desember 2022			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Mengidentifikasi masalah	■	■																		
2	Analisis Masalah			■	■																
3	Studi Pustaka					■	■														
4	Pengumpulan data							■	■												
5	Pengolahan data (Metode Servqual, IPA, dan CSI)									■	■	■	■								
6	Hasil yang di peroleh													■	■	■	■				
7	Simpulan dan saran																	■	■	■	■