

Peningkatan Kualitas Pelayanan untuk Kepuasan Konsumen dengan Integrasi SERVQUAL, KANO, dan *Quality Function Deployment*

Shanty Kusuma Dewi*, Sri Fauziah Resky Lestari, Adhi Nugraha
Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang,
Indonesia; email : shanty@umm.ac.id, srifauziahrl199@gmail.com,
adhinugraha@umm.ac.id

* Corresponding author

Abstrak

Kualitas layanan sangat penting bagi semua perusahaan yang berorientasi pada layanan, terutama karena persaingan yang ketat. Agar tetap kompetitif, perusahaan harus secara konsisten meningkatkan layanan mereka untuk memenuhi dan melampaui harapan konsumen, sehingga menumbuhkan loyalitas. Kualitas layanan secara signifikan berdampak pada kepuasan konsumen; layanan berkualitas lebih tinggi mengarah pada kepuasan konsumen yang lebih besar. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan di perusahaan pengiriman dan logistik, dengan menggunakan metode seperti SERVQUAL, KANO, dan *Quality Function Deployment* (QFD). Metode-metode ini membantu mengukur kepuasan dan ekspektasi konsumen. Data dikumpulkan melalui kuesioner SERVQUAL dan Kano. Hasilnya menyoroti kesenjangan negatif di semua atribut layanan dalam analisis SERVQUAL. Model Kano mengkategorikan 6 atribut sebagai hal yang penting (Must-be), 7 atribut sebagai hal yang berbasis kinerja (One-dimensional), dan 7 atribut sebagai hal yang menarik (Attractive). Analisis QFD menghasilkan 7 prioritas teknis untuk perbaikan yang diusulkan perusahaan.

Kata Kunci: SERVQUAL, Model Kano, Penerapan fungsi kualitas, Manajemen kualitas

Abstract

[*Improving Customer Satisfaction Logistic Service with The Integration of Servoqual, Kano, And Quality Function Deployment*]. Service quality is crucial for all service-oriented companies, especially given intense competition. To stay competitive, companies must consistently enhance their services to meet and exceed consumer expectations, fostering loyalty. Service quality significantly impacts customer satisfaction; higher quality services lead to greater consumer contentment. This study aims to enhance service quality in shipping and logistics firms, utilizing methods like SERVQUAL, KANO, and *Quality Function Deployment* (QFD). These methods help gauge consumer satisfaction and expectations. Data were collected through SERVQUAL and Kano questionnaires. Results highlighted a negative gap across all service attributes in the SERVQUAL analysis. The Kano model categorized 6 attributes as essential (Must-be), 7 as performance-based (One-dimensional), and 7 as attractive (Attractive). QFD analysis yielded 7 technical priorities for proposed company improvements.

Keywords: SERVQUAL, Kano model, Quality function deployment, Quality management

Kelompok BoK yang bersesuaian dengan artikel: *Quality & Reliability Engineering*

Saran format untuk mensitasi artikel ini:

Dewi, S.K., Lestari, S.F.R., dan Nugraha, A. (2023). Peningkatan Kualitas Pelayanan untuk Kepuasan Konsumen dengan Integrasi SERVQUAL, KANO, dan *Quality Function Deployment*.

1. Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini kebutuhan jasa pengiriman dan logistic mengalami peningkatan yang cukup pesat (Rosyada, Puspitasari, Susanty, Andini, & Rumita, 2020). Saat ini, jasa pengiriman sudah menjadi salah satu kebutuhan konsumen (Micu, Aivaz, & Capatina, 2013). Konsumen cenderung menginginkan sesuatu yang bersifat cepat, mudah, aman, dan praktis terutama dalam hal pengiriman barang. Pihak perusahaan dituntut untuk selalu memperbaiki kualitas pelayanannya dengan selalu memperhatikan apa yang menjadi harapan dan keinginan pelanggan (Rinaldi & Effendi, 2021). Menurut Afthanorhan, Awang, Rashid, Foziah, and Ghazali (2019) kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan perusahaan. Pihak perusahaan harus merancang strategi pelayanan yang baik dan maksimal sehingga konsumen selalu merasa terpuaskan terhadap jasa yang ditawarkan perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan (Alzoubi, Alshurideh, Kurdi, & Inairat, 2020). Hal ini tentu dapat menguntungkan perusahaan dan sebaliknya, jika kualitas pelayanan buruk, maka hal ini sangat dapat merugikan perusahaan. Tidak terpenuhinya harapan konsumen dapat membuat konsumen beralih menggunakan jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan lain .

Penelitian yang berfokus pada jasa pelayanan cukup banyak dipublikasikan. (Juan, Hsing, Hsu, & Environment, 2019; Primadasa, Thoha, & Sutono, 2022) dengan menggunakan model Kano dan quality function deployment (QFD) dalam perancangan kualitas jasa pengiriman. Penelitian (Hartono, Santoso, & Prayogo, 2017; Wiryawan, 2015) dengan menggunakan integrasi antara SERVQUAL dan model kano. Peneliti juga menggunakan Kansei sebagai upaya mencari perbaikan kualitas pelayanan. Beberapa penelitian menggunakan Metode SERVQUAL dan quality function deployment (QFD) untuk meningkatkan kualitas pelayanan (Fauziah, Surachman, Muhtadi, & Research, 2019; Gavahi, Hosseini, & Moheimani, 2023; Hasibuan et al., 2019). Peneliti lain juga menggunakan integrasi antara SERVQUAL , model Kano, kemudian dimasukkan kedalam QFD untuk dicari prioritas perbaikan untuk diberikan usulan perbaikannya(Saputra, Amar, & Mangnggenre, 2023; Trenggonowati et al., 2023).

Walaupun banyak penelitian yang diusulkan terkait memberikan usulan perbaikan kualitas pelayanan, namun masih belum banyak penelitian yang menggunakan integrasi antara SERVQUAL dan model Kano dalam penilaian kualitas layanan jasa pengiriman. Pengintegrasian antara SERVQUAL model dan model Kano digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan beserta prioritas perbaikan kualitas pelayanan. Kemudian hasil intergrasi SERVQUAL dan model Kano diolah pada quality function deployment (QFD) untuk dicari usulan perbaikannya. Tujuan penelitian ini adalah guna meningkatkan kualitas pelayanan pada jasa pengiriman dan logistic dengan sebaik mungkin untuk meningkatkan kepuasan konsumen agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Sejalan dengan tujuan penelitian ini, maka diharapkan dapat memberikan informasi sebagai dasar pertimbangan dan sumbangan pemikiran kepada pengambil keputusan guna meningkatkan keuntungan perusahaan dan pengembangan usaha melalui pemanfaatan kepuasan konsumen terhadap jasa pelayanan yang diberikan.

2. Metode

Data yang digunakan pada penelitian didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner dan wawancara kepada 74 responden dengan karakteristik responden yang pernah menggunakan jasa perusahaan logistik. Kemudian data yang diperoleh diuji menggunakan metode SERVQUAL dan model Kano, lalu dimasukkan kedalam metode QFD untuk dicari usulan perbaikannya.

2.1. SERVQUAL

Metode SERVQUAL adalah metode untuk mengukur tingkat persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang dirasakan dan diharapkan. Terdapat dua faktor utama di dalam SERVQUAL, yaitu layanan yang diterima dan layanan yang diharapkan (Ranas & Mansur, 2016). *Perceived Service* dan *Expected Service* ini digunakan dalam konsep SERVQUAL untuk menghitung GAP yang ada. Skor SERVQUAL dapat dihitung berdasarkan (Tony, 2011) pada persamaan 1 :

$$\text{Gap SERVQUAL} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \tag{1}$$

2.2. KANO Model

Tujuan dari metode Kano adalah untuk dapat mengkategorikan variabel dari suatu produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut memberikan kepuasan bagi penggunaannya (Oktaviani & Zadry, 2016). Dalam modelnya, Kano membedakan 3 tipe produk yang diinginkan, yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu *Must Be Requirements* atau *Basic Needs (M)*, *One Dimensional Requirements* atau *performance needs (O)*, *Attractive Requirements* atau *excitement needs (A)*.

1. Evaluasi Model Kano (Identifikasi *Customer Recruitment*)

Tahap ini dilakukan korelasi pertanyaan tiap atribut antara koesioner fungsional (apabila atribut tersebut dipenuhi) dengan atribut disfungsional apabila atribut tersebut tidak dipenuhi. Identifikasi ini bertujuan untuk mengetahui jumlah *grade* dan jenis *grade* masing-masing atribut dari tiap responden. Jawaban tiap atribut yang dipilih oleh responden diklasifikasikan dalam kelas untuk mengetahui tingkat *customer reqruitment* tiap atribut layanan bagi konsumen.

2. Penentuan Kategori Kano (*grade*)

Setelah menentukan atribut dari masing-masing responden, Langkah selanjutnya adalah menentukan *grade* tiap atribut dari keseluruhan jumlah responden (jumlah sampel/n).

Tabel 1 Klasifikasi Model Kano

Customer requirements	Dysfunctional question (negative)					
	1. like	2. must-be	3. neutral	4. live with	5. dislike	
Fuctional question (positive)	1. like	Q	A	A	A	O
	2. must-be	R	I	I	I	M
	3. neutral	R	I	I	I	M
	4. live with	R	I	I	I	M
	5. dislike	R	R	R	R	Q

Setelah melakukan pembagian kuesioner maka akan dilihat pada tabel 1, pertanyaan yang akan diajukan pada konsumen masing-masing akan ditentukan apakah dari jawaban

tersebut termasuk kategori A, M, O, R, I atau Q. Dimana A adalah *Attractive*, M adalah *Must-be*, O adalah *One-dimensional*, R adalah *Reverse*, I adalah *Indifferent*, dan Q adalah *Questionable*.

2.3 Integrasi SERVQUAL, Model Kano dan QFD

Proses awal dalam integrasi antara SERVQUAL dan Kano diawali dengan cara mencari dan memilih atribut pelayanan yang memiliki nilai gap negatif dari tahap perhitungan gap SERVQUAL sebelumnya. Kemudian atribut yang bernilai gap negatif dikelompokkan berdasarkan nilai *grade* dari tahap kalsifikasi atribut model Kano. Atribut-atribut yang masuk sebagai *customer need* diambil dari atribut kuesioner SERVQUAL yang memiliki nilai *gap* negatif dan termasuk ke dalam kategori *Attractive* (A), *One dimensional*(O), dan *Must be* (M). Sehingga untuk kategori *Indiffernt* (I) tidak termasuk ke dalam kategori yang perlu ditingkatkan namun tetap dipertahankan (Tan & Pawitra, 2001).

Pada prinsipnya metode quality function deployment merupakan usaha yang dilakukan untuk menterjemahkan keinginan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan atau diharapkan oleh perusahaan. Dengan terlibatnya konsumen, diharapkan mendapatkan tanggapan yang memiliki inovasi yang baik, dapat memperbaiki proses produksi dan mengedepankan keinginan pelanggan dari tingkat kepentingan yang sesuai dengan karakteristik dari perusahaan tersebut (Cohen, 1995). Hasil integrasi Kano model dan QFD dalam dilihat pada gambar 1.

Kano Category Attractive A 4.0 One-dimensional O 2.0 Must-be M 1.0	Importance of the "Whats" (customer satisfaction score)	Kano category	Adjusted importance	The Hows			Targets	Percent importance
The "Whats"				Correlation matrix				
Importance of the "Hows"								
Percent importance of the "Hows"								

Gambar 1. House of Quality Integrasi ServQual dan Kano Model
Sumber: (Tan & Pawitra, 2001)

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Gap SERVQUAL

Tabel 2. Hasil Perhitungan Gap SERVQUAL

Perhitungan Skor GAP					
No	Atribut Pelayanan	Kode Atribut	Rhitung Kinerja	Rhitung Harapan	GAP
1	Tersedianya ruang dan tempat duduk pelanggan yang nyaman	T1	3,459	4,256	-0,797
2	Kebersihan dan kenyamanan area pelayanan	T2	3,243	4,567	-1,324
3	Penampilan petugas baik bagian administrasi, customer service dan sprinter rapih dan sopan.	T3	3,121	4,513	-1,392
4	Informasi yang tercantum pada lembar bukti pengiriman (resi) paket dengan jelas	T4	3,270	4,472	-1,202
5	Penyelesaian keluhan atau menangani masalah sesuai dengan estimasi waktu yang ditetapkan.	R1	3,148	4,581	-1,433
6	Jam operasional sesuai dengan jam yang ditentukan	R2	3,364	4,459	-1,095
7	Ketelitian dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan (tidak salah input nama, alamat pengiriman, tota tarif, dll)	R3	4,527	4,608	-0,081
8	Penetapan tarif yang sesuai dengan pelayanan diberikan (Reguler, Non-Reguler)	R4	3,405	4,567	-1,162
9	Kemudahan menghubungi petugas	R5	3,50	4,513	-1,013
10	Kemampuan dalam memberikan layanan dengan cepat dan benar (informatif dan komunikatif)	Res1	3,243	4,405	-1,162
11	Kesungguhan petugas (administrasi, <i>Customer Service</i>) dalam memberikan pelayanan.	Res2	3,243	4,418	-1,175
12	Pemberitahuan informasi ketepatan dan kecepatan barang kiriman sampai ke tempat tujuan.	Res3	3,270	4,567	-1,297
13	Kesediaan petugas dalam membantu kesulitan yang dihadapi oleh pelanggan	Res4	3,324	4,608	-1,284
14	Perusahaan memiliki reputasi yang baik dalam bidang ekspedisi barang	Res5	3,324	4,405	-1,081
15	Keamanan yang diberikan petugas atau perusahaan baik kepada pelanggan maupun barang kiriman.	A1	3,5	4,594	-0,094
16	Para petugas (administrasi, <i>customer service</i> dan sprinter) bersikap jujur dan ramah dalam melayani pelanggan dan melayani keluhan yang disampaikan.	A2	3,270	4,567	-1,297
17	Kemudahan dalam proses pelacakan posisi barang kiriman	A3	3,243	4,554	-1,311
18	Ketersediaan sarana <i>call center</i> untuk informasi dan pengaduan	E1	3,783	4554	-0,771
19	Lokasi kantor atau outlet pelayanan yang mudah dijangkau	E2	3,324	4,527	-1,203
20	Sikap ramah dan sopan yang dilakukan sprinter dalam proses pick up dan kirim barang	E3	3,270	4,567	-1297

Berdasarkan hasil gap SERVQUAL pada tabel 2 diketahui bahwa skor rata-rata harapan lebih besar dari skor rata-rata kepuasan. Sehingga, dapat diartikan bahwa konsumen ingin kinerja pada perusahaan lebih ditingkatkan karena belum sesuai dengan harapan konsumen.

3.2 Integrasi SERVQUAL dan Model Kano

Pemilihan atribut yang menjadi customer need berdasarkan nilai GAP negative yang berarti atribut tersebut lemah karena belum memenuhi harapan pelanggan, selain itu atribut yang masuk dalam kategori KANO M, O dan A. Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 3, didapatkan hasil semua atribut masuk dalam atribut customer need yang perlu di perbaiki kualitas layanannya.

Tabel 3. Customer need berdasarkan Integrasi SERVQUAL dan Model Kano

No	Kode Atribut	GAP	Kategori	Grade
1	R1	-1,433	Weak	M
2	E3	-1,297	Weak	M
3	Res4	-1,284	Weak	M
4	R4	-1,162	Weak	M
5	A1	-0,094	Weak	M
6	R5	-1,013	Weak	M
7	T2	-1,324	Weak	O
8	Res3	-1,297	Weak	O
9	A2	-1,297	Weak	O
10	Res1	-1,162	Weak	O
11	T1	-0,797	Weak	O
12	E1	-0,771	Weak	O
13	R3	-0,081	Weak	O
14	T3	-1,392	Weak	A
15	A3	-1,311	Weak	A
16	E2	-1,203	Weak	A
17	T4	-1,202	Weak	A
18	Res2	-1,175	Weak	A
19	R2	-1,095	Weak	A
20	Res5	-1,081	Weak	A

3.3 Integrasi Servqual, Kano dan Quality Function Deployment

Atribut-atribut yang masuk sebagai customer need diambil dari metode servqual dan model kano dengan ketentuan-ketentuan yang ada pada integrasi seperti atribut yang memiliki nilai gap negatif pada metode servqual dan termasuk kedalam kategori must be, one dimensional serta attractive pada kuesioner model kano (Juan et al., 2019; NA, 2020)

Planning Matrix atau matriks perencanaan ini dilakukan untuk mengetahui urutan mana yang akan menjadi prioritas atribut kebutuhan pelanggan. Langkah awal adalah menghitung nilai tingkat kepentingan penyesuaian (adjusted importance) karena data yang diperoleh masih merupakan data mentah maka diadakan perhitungan penyesuaian tingkat kepentingan. Improvement ratio merupakan perbandingan antara target value dan customer satisfaction (tingkat kepuasan pelanggan), dengan rumus sebagai berikut:

1. Penyesuaian rasio perbaikan, penyesuaian rasio perbaikan dilakukan sesuai dengan rumus berikut:

- IR = $5/3,148$ = 1,588
2. Penyesuaian rasio perbaikan, penyesuaian rasio perbaikan dilakukan sesuai dengan rumus berikut:
- IRadj = $[(1,588)^{\frac{1}{i}}]$ = 1,588
3. Penyesuaian tingkat kepentingan konsumen
 Penyesuaian tingkat kepentingan konsumen dilakukan dengan rumus berikut:
- Importance Level = 4,527
 IR Adj = 1,588
 Iadj = $4,527 \times 1,588$
 = 7,188

Dengan melakukan penyesuaian pada improvement ratio didapatkan nilai kepentingan yang akurat dan jelas dalam menangkap suara konsumen (voice of customer). Ini karena adanya perubahan penilaian kepentingan yang didasarkan pada faktor-faktor kepuasan (basic, performance, dan attractive), sehingga data yang diambil bukanlah data mentah lagi. Tabel hasil penghitungan planning matrix dimana level of importance didapat dari kuesioner tingkat kepentingan, dan customer satisfaction score (nilai kepuasan pelanggan) didapatkan dari nilai Kepuasan/kinerja. Selanjutnya, nilai kategori kano diperoleh dari konstanta kategori kano yaitu M=1,0, O=2,0 dan A=4,0, dan performance goal diperoleh dari hasil diskusi dengan pihak manajemen di perusahaan logistik yang menunjukkan seberapa besar target dari suatu atribut berhasil yang memiliki range angka dari 1-5. Hasil dari planning matrix dapat dilihat pada Tabel 4.

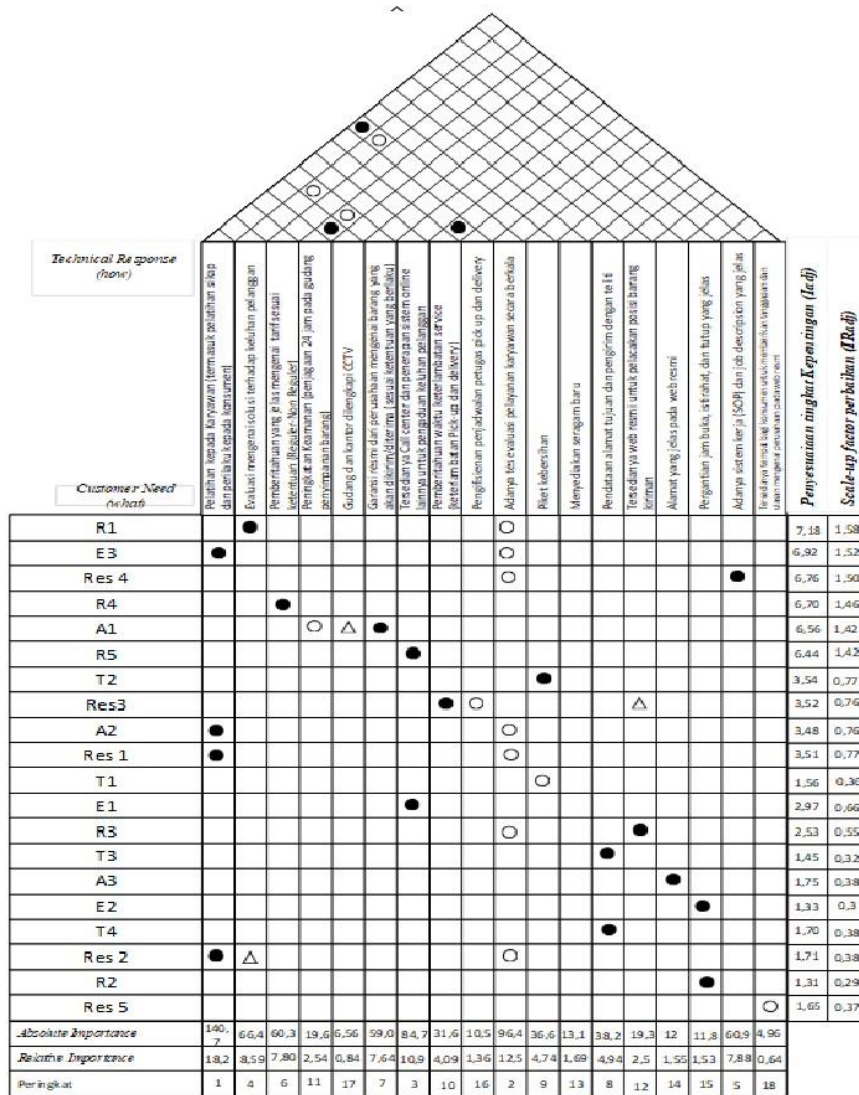
Respon teknis merupakan tanggapan atau solusi yang didapatkan dari pihak manajemen perusahaan yang menjawab mengenai hal-hal yang diinginkan konsumen yang. Hasil dari penentuan respon teknis diperoleh 18 perencanaan perbaikan yang diharapkan dapat menjawab kebutuhan konsumen. Hubungan teknis antara respon teknis harus saling mempengaruhi atau bertentangan. Bila kebijakan yang diambil saling mendukung, maka akan sangat menguntungkan dalam mencapai tujuan. Hubungan antara respon teknis pada matrik hubungan terdapat 7 hubungan yaitu (1-9), (2-6), (2-9), (4-5), (4-6), (8-9), (9-17).

3.4. Pembuatan House of Quality

Setelah menentukan respon teknis, selanjutnya menentukan hubungan yang terjadi antara respon teknis dengan customer need. Hal ini dilakukan untuk menentukan sejauh mana respon teknis tersebut mampu menjawab keinginan konsumen. Pada tahap ini digunakan skala hubungan 2. Hasil penghitungan elemen pembentuk rumah kualitas digunakan untuk penyusunan dalam rumah kualitas sesuai letaknya. Berikut ini peletakan hasil penghitungan dimana pada bagian A (sisi setelah kanan) berisi planning matrix yang memuat informais mengenai bobot kepentingan kebutuhan konsumen. Tahap ini meliputi penghitungan information to customer, target value, scale-up factor, penyesuaian rasio, adjusted importance. Bagian C (sisi atas) berisi respon teknis, bagian D (bagian tengah) berisi informasi mengenai hubungan antara customer need dan respon teknis. Bagian E (sisi tengah bawah) berisi informasi mengenai urutan tingkat kepentingan persyaratan teknis.

Table 4. Planning Matrix

No	Kode Atribut	Level of Importance	Customer Satisfaction score	Kategori KANO	Target	IR	IR Adj	Iadj
1	R1	4,527	3,148	1	5	1,588	1,588	7,188
2	E3	4,527	3,270	1	5	1,529	1,529	6,921
3	Res4	4,5	3,324	1	5	1,504	1,504	6,768
4	R4	4,567	3,405	1	5	1,468	1,468	6,704
5	A1	4,594	3,5	1	5	1,428	1,428	6,560
6	R5	4,513	3,50	1	5	1,428	1,428	6,444
7	T2	4,608	3,243	2	5	1,541	0,77	3,548
8	Res3	4,608	3,270	2	5	1,529	0,764	3,520
9	A2	4,567	3,270	2	5	1,529	0,764	3,489
10	Res1	4,567	3,243	2	5	1,541	0,770	3,516
11	T1	4,324	3,459	2	4	1,445	0,361	1,560
12	E1	4,5	3,783	2	5	1,321	0,660	2,97
13	R3	4,594	4,527	2	5	1,104	0,552	2,535
14	T3	4,55	3,121	4	4	1,281	0,320	1,456
15	A3	4,554	3,243	4	5	1,541	0,385	1,753
16	E2	4,445	3,324	4	4	1,203	0,3	1,333
17	T4	4,472	3,270	4	5	1,529	0,382	1,708
18	Res2	4,445	3,243	4	5	1,541	0,385	1,711
19	R2	4,432	3,364	4	4	1,189	0,297	1,316
20	Res5	4,405	3,324	4	5	1,504	0,376	1,656



Gambar 2. House of Quality

Peringkat respon teknis dapat dilihat berdasarkan perhitungan dari nilai persentase importance of how yang paling tinggi. Semakin besar nilai percent importance of how maka semakin perlu atribut tersebut dilakukan perbaikan karena berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan perhitungan pada gambar 2. dapat diketahui bahwa nilai rata-rata percent importance of how sebesar 5,56%. Respon teknis dianggap masuk pada kriteria perbaikan dan peningkatan yang akan dilakukan oleh jasa logistik adalah respon teknis yang memiliki nilai diatas nilai rata-rata percent importance of how. Hal ini dilakukan sebagai upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Dari hasil perhitungan 7 respon teknis masuk dalam kriteria prioritas untuk dilakukan. Pemilihan respon teknis berdasarkan atribut yang berada diatas nilai rata-rata importance of how (Baki, Sahin Basfirinci, Murat AR, Cilingir, & Logistics, 2009; Saputra et al., 2023). Berikut 7 respon teknis yang menjadi usulan perbaikan pada antara lain :

1. Pelatihan kepada Karyawan (termasuk pelatihan sikap dan perilaku kepada konsumen).
2. Adanya evaluasi pelayanan karyawan secara berkala. Evaluasi ini bertujuan untuk memantau kinerja pada karyawan untuk memastikan karyawan sudah memenuhi standar pelayanan yang ada.

3. Tersedianya Call center dan penerapan sistem online lainnya untuk pengaduan keluhan pelanggan. Penerapan sistem online lainnya untuk pengaduan keluhan pelanggan adalah sebagai bentuk alternatif kepada pelanggan jika Call center pusat tidak dapat dihubungi.
4. Evaluasi mengenai solusi terhadap keluhan pelanggan.
5. Penerapan job description yang tegas dan jelas
6. Pemberitahuan yang jelas mengenai tarif sesuai ketentuan (Reguler-Non Reguler). Hal ini bertujuan untuk meminimalisir terjadinya kesalahan sehingga tidak terjadi kekeliruan mengenai tarif antar konsumen dan karyawan.
7. Garansi resmi dari perusahaan mengenai barang yang akan dikirim/diterima (sesuai ketentuan yang berlaku). Garansi akan diberikan kepada konsumen untuk memenuhi hak konsumen terhadap kesalahan yang dilakukan pihak ekspedisi sesuai ketentuan yang berlaku. Garansi meliputi kehilangan dan kerusakan barang atas kesalahan pihak ekspedisi. Hal ini dianggap mampu memberi solusi atas hal-hal yang tidak diinginkan dan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pihak ekspedisi.

4. Kesimpulan

Kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam hal peningkatan produktivitas perusahaan karena dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah guna meningkatkan kualitas pelayanan pada jasa pengiriman dan logistic dengan menggunakan integrasi SERVQUAL, Kano, dan QFD. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa konsumen belum puas terhadap kinerja perusahaan karena memiliki nilai rata-rata kinerja lebih rendah dari nilai rata-rata harapan konsumen. Hal ini diketahui berdasarkan analisis pengukur pelayanan menggunakan metode SERVQUAL dimana terdapat 20 atribut yang memiliki nilai gap negatif dan terdapat 6 atribut yang termasuk dalam kategori must be (M) berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan Quality Function Deployment (QFD) didapatkan 7 respon teknis prioritas perbaikan tersebut yaitu, "pelatihan kepada Karyawan (termasuk pelatihan sikap dan perilaku kepada konsumen)", "adanya tes evaluasi pelayanan karyawan secara berkala", "tersedianya Call center dan penerapan sistem online lainnya untuk pengaduan keluhan pelanggan", "evaluasi mengenai solusi terhadap keluhan pelanggan", "adanya sistem kerja (SOP) dan job description yang jelas", "pemberitahuan yang jelas mengenai tarif sesuai ketentuan (Reguler-Non Reguler)", dan yang terakhir adalah "garansi resmi dari perusahaan mengenai barang yang akan dikirim/diterima (sesuai ketentuan yang berlaku)". Saran untuk penelitian lebih lanjut untuk menggunakan analisis gap 1 hingga 5 mengingat penelitian ini hanya menggunakan model analisis gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan untuk mengukur kepuasan pelanggan.

Daftar Pustaka

- Afthanorhan, A., Awang, Z., Rashid, N., Foziah, H., & Ghazali, P. L. (2019). Assessing the effects of service quality on customer satisfaction. *Management Science Letters*, 9(1), 13-24. doi:10.5267/j.msl.2018.11.004
- Alzoubi, H., Alshurideh, M., Kurdi, B. A., & Inairat, M. (2020). Do perceived service value, quality, price fairness and service recovery shape customer satisfaction and delight? A practical study in the service telecommunication context. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(3), 579-588. doi:10.5267/j.uscm.2020.2.005

- Baki, B., Sahin Basfirinci, C., Murat AR, I., Cilingir, Z. J. A. P. J. o. M., & Logistics. (2009). An application of integrating SERVQUAL and Kano's model into QFD for logistics services: a case study from Turkey. *21(1)*, 106-126.
- Cohen, L. (1995). *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You*: Addison-Wesley.
- Fauziah, F., Surachman, E., Muhtadi, A. J. J. o. A. P. E., & Research. (2019). Integration of service quality and quality function deployment as an effort of pharmaceutical service improvement on outpatient in a referral Hospital, Karawang, Indonesia. *9(2)*.
- Gavahi, S. S., Hosseini, S. M. H., & Moheimani, A. J. B. A. I. J. (2023). An application of quality function deployment and SERVQUAL approaches to enhance the service quality in radiology centres. *30(5)*, 1649-1671.
- Hartono, M., Santoso, A., & Prayogo, D. N. J. I. J. o. T. (2017). How Kansei Engineering, Kano and QFD can improve logistics services. *8(6)*, 1070-1081.
- Hasibuan, A., Parinduri, L., Sulaiman, O. K., Suleman, A. R., Harahap, A. K. Z., Hasibuan, M., . . . Daengs, G. A. (2019). *Service quality improvement by using the quality function deployment (QFD) method at the government general hospital*. Paper presented at the Journal of Physics: Conference Series.
- Juan, Y.-K., Hsing, N.-P., Hsu, Y.-H. J. J. o. H., & Environment, t. B. (2019). Applying the Kano two-dimensional model and quality function deployment to develop sustainable planning strategies for public housing in Taiwan. *34*, 265-282.
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2018). Pengembangan Sistem Dinamik dalam Pengelolaan Manajemen Distribusi Logistik Terhadap Perkembangan Teknologi Informasi pada PT Sunan Inti Perkasa. *Inform: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi*, *3(1)*, 26-31.
- Micu, A., Aivaz, K., & Capatina, A. (2013). Implications of logistic service quality on the satisfaction level and retention rate of an E-commerce retailer's customers. *Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research*, *47(2)*.
- NA, J. M. J. J. o. T. S. (2020). Integrating SERVQUAL and Kano's model into quality function deployment for delivery application service excellence development. *44(4)*, 103-121.
- Oktaviani, D., & Zadry, H. R. (2016). Evaluasi Kualitas Layanan Nasabah dengan Metode Kano, Analisis Kuadran dan Triz Studi Kasus: Bank Nagari Cabang Pembantu Universitas Bung Hatta Padang. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, *15(2)*, 181-202.
- Primadasa, R., Thoha, R. I., & Sutono, S. B. (2022). INTEGRASI MODEL KANO DAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) UNTUK MERANCANG PERBAIKAN KUALITAS LAYANAN JASA PENGIRIMAN (STUDI KASUS NINJA EXPRESS MARGOYOSO). *Journal of Industrial Engineering and Technology*, *3(1)*, 9-21.
- Ranas, R. R., & Mansur, A. (2016). Analisis dan Perbaikan Layanan Hotel Menggunakan Servqual dan Diagram Kartesius (Studi Kasus di Hotel Kombokarno). *Telaah Bisnis; Vol 14, No 2 (2013): Desember 2013* DO - 10.35917/tb.v14i2.18.
- Rinaldi, M., & Effendi, I. (2021). The Impact of Trust and Service Quality on Consumer Loyalty at Royal Holiday. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, *7(2)*, 119-133.
- Rosyada, Z. F., Puspitasari, N. B., Susanty, A., Andini, A. R., & Rumita, R. (2020). *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri; Vol 15, No 2 (2020): Mei 2020* DO - 10.14710/jati.15.2.73-81.

- Saputra, R. A., Amar, K., & Mangnggenre, S. J. J. o. I. E. M. (2023). APPLICATION OF GSQUAL-KANO AND QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) IN IMPROVING GREEN HOTEL SERVICES. 8(2), 115-128.
- Tan, K. C., & Pawitra, T. A. (2001). Integrating SERVQUAL and Kano's model into QFD for service excellence development. *Managing Service Quality: An International Journal*, 11(6), 418-430.
- Tony, W. (2011). Manajemen Kualitas Jasa (Desain Servqual, QFD dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian). *Jakarta: Indeks*.
- Trenggonowati, D. L., Ferdinant, P. F., Ulfah, M., Kurniawan, B., Dewantari, N. M., Sonda, A., . . . Management. (2023). Meningkatkan Kualitas Pengiriman U-Ditch Dengan Integrasi Servqual-Kano-QFD di PT DAY. 2(1), 103-114.
- Wiryawan, I. (2015). Penerapan integrasi kano, kansei dan servqual ke dalam QFD untuk meningkatkan kualitas layanan di BCA KCP Wlingi, Blitar. *CALYPTRA*, 4(1), 1-19.