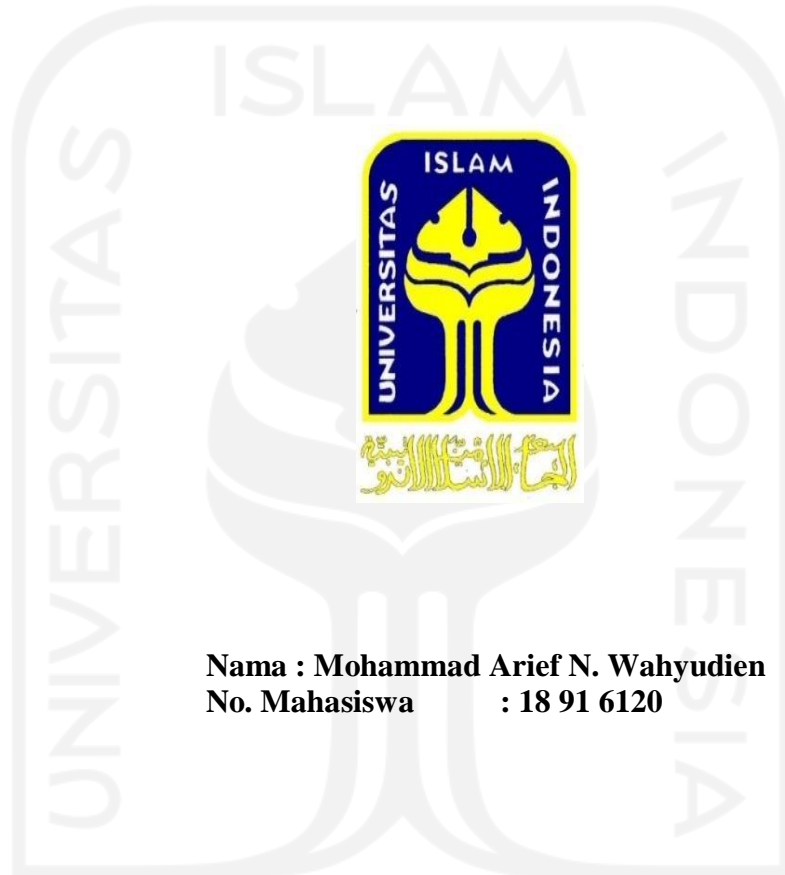


DESAIN STRATEGI PROSES PELAYANAN JASA PENGIRIMAN

BARANG JASTIP DENGAN METODE *SERVQUAL* DAN QFD

(Studi Kasus: JASTIP KURIR CENDANA SORONG)

Laporan Penelitian Tesis



**Nama : Mohammad Arief N. Wahyudien
No. Mahasiswa : 18 91 6120**

**MAGISTER TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

YOGYAKARTA

2021

Lembar Pengesahan Pembimbing

**DESAIN STRATEGI PROSES PELAYANAN JASA PENGIRIMAN BARANG
JASTIP DENGAN METODE *SERVQUAL* DAN QFD
(Studi Kasus: Jastip Kurir Cendana Sorong)**

TESIS

Disusun Oleh:

**NAMA : Mohammad Arief Nur Wahyudien
No. Mhs : 18916120**

Yogyakarta, 23 September 2021

Dosen Pembimbing



(Dr. Ir. Elisa Kusriani, M.T., CPIM., CSCP)

Lembar Pengesahan Penguji
DESAIN STRATEGI PROSES PELAYANAN JASA PENGIRIMAN BARANG
JASTIP DENGAN METODE *SERVQUAL* DAN QFD
(Studi Kasus: Jastip Kurir Cendana Sorong)

TESIS

Disusun Oleh:

NAMA : Mohammad Arief Nur Wahyudien
No. Mhs : 18916120

Telah dipertahankan di depan Sidang Penguji sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Master Teknik Industri

Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 23 September 2021

Tim Penguji

Dr. Ir. Elisa Kusriani, M.T., CPIM., CSCP.



Ketua

M. Ridwan Andi P, S.T., M.Sc., Ph.D.



Anggota I

Winda Nur Cahyo, S.T., M.T., Ph.D.



Anggota II


Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri Program Magister

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia




Winda Nur Cahyo, S.T., M.T., Ph.D

Abstrak

DESIGN STRATEGI PROSES PELAYANAN JASA PENGIRIMAN BARANG JASTIP DENGAN METODE *SERVQUAL* DAN QFD (Studi Kasus: JASTIP KURIR CENDANA SORONG)

Jasa pengiriman barang menjadi satu layanan yang sangat dibutuhkan dan dapat menjadi solusi bagi mereka yang menyukai kemudahan dan kepraktisan dalam hal mengirimkan suatu barang terlebih jika itu menyangkut keterjangkauan wilayah sehingga menjadi sangat penting bagi masyarakat. Pengiriman ke luar daerah pulau Jawa khususnya Sorong biaya yang dikeluarkan sangat tinggi sehingga munculnya peluang usaha jasa penitipan (Jastip). Seiring berjalannya waktu peluang usaha ini semakin banyak yang menirunya sehingga munculnya Jastip – Jastip baru sehingga perlu adanya *up level* dalam segi pelayanannya. Metode *Servqual* digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan, tingkat kepentingan dan tingkat harapan dengan menggunakan 5 dimensi pelayanan yaitu, bukti fisik, kehandalan, *responsive*, asuransi dan empati. Dari hasil analisis *servqual* digunakan pada metode *qfd* untuk menentukan desain strategi yang tepat pada proses pelayanan *jastip* kurir cendana. Dari hasil perhitungan dan analisis terdapat 2 point yang sangat penting yaitu Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang dan Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang/ volume barang.

Kata Kunci:

Proses Pengiriman, *Jastip*, *Service Quality*, *Quality Function Deployment*, Desain Strategi.

Pernyataan Keaslian Tulisan

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis / karya ini merupakan tulisan asli dari penulis, dan tidak berisi material yang telah diterbitkan sebelumnya atau tulisan dari penulis lain terkecuali referensi atas material tersebut telah disebutkan dalam tesis. Apabila ada kontribusi dari penulis lain dalam tesis ini, maka penulis lain tersebut secara eksplisit telah disebutkan dalam tesis ini.

Jika dikemudian hari hari ternyata terbukti karya penulis tidak benar dan melanggar peraturan yang ada maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku oleh pihak Universitas Islam Indonesia.

Sorong, 02 September 2021

(Mohammad Arief Nur Wahyudien)

Halaman Persembahan

Alhamdulillahirobbil'alamin.

Kupersembahkan hasil karyaku ini kepada :

Kedua Orang Tuaku tercinta yaitu Bapak Durachim dan Ibu Siti Fajdriyah Iriani yang tiada henti selalu memberikan semangat, doa, motivasi, dan pengorbanan yang sangat berarti untukku.

Teruntuk Istriku Tercinta Yaitu Salsabila Kasih Azzahra yang selalu memotivasi dan berdoa dan selalu menemani dihari-hariku yang sangat berarti bagiku.

Teruntuk semua Dosen-dosenku yang telah memberikanku ilmu-ilmu yang sangat berguna dalam hidupku. ilmumu akan selalu manjadi pahala jariyah bagimu.

Serta Seluruh Teman dan Sahabatku yang selalu mendukungku.

Halaman Motto

“Jadilah Seperti Warna Putih Yang Dapat Ditimpa Dengan Banyak Warna“

طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ

“Menuntut ilmu itu wajib atas setiap Muslim.” (HR. Ibnu Majah no. 224)

(Jadilah Penuntut Ilmu Yang Selalu Rendah Hati, Dan Selalu Siap Menerima Kritikan
Dan Saran Dari Orang Lain Agar Selalu Berkembang)

Kata Pengantar

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpah an rahmat, taufik, serta hidayahnya. Shalawat dan salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW bersama keluarga dan para sahabat, serta orang-orang yang bertaqwa, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “Desain Strategi Proses Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Jastip Dengan Metode Servqual dan Qfd (Studi Kasus : Jastip Kurir Cendana Sorong).

Laporan ini masih jauh dari sempurna, maka penulisan tesis ini baru dapat terselesaikan berkat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati kami mohon saran dan kritik yang bersifat membangun, kami akan terima dengan senang hati.

Pada kesempatan ini juga kami menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan dan bantuan yang telah diberikan mulai pelaksanaan Penelitian hingga tersusunnya laporan Tesis Ini, antara lain :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Winda Nur Cahyo, S.T., M.T., Ph.D selaku ketua Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Magister Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Ir. Elisa Kusrini, MT., CPIM., CSCP selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bantuan dan arahan dalam penyusunan Tesis ini.
4. Bapak Mahajani Subur selaku pemilik Jastip Kurir Cendana

5. Kedua orang tuaku tercinta atas segala doa, bantuan, dukungan dan kasih sayang yang tak henti-hentinya mengalir untukku.
6. Istriku tercinta Salsabila Kasih Azzahra yang selalu mendukung dan mensupportku tanpa henti.
7. Teman – Teman MTI 25, terutama Noto Wiroto ST, Alfani Juli Andri, ST., MT, Siti Nur Khayatun, ST., MT. Mirga Maulana Rachmadani ST. Asih Ahistasari ST, dan Siswanto S.Pd., MT.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis berharap semoga karya tulis ini dapat berguna bagi semua pihak dalam proses menerapkan ilmu yang penulis dapatkan di bangku kuliah. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan karya tulis ini masih jauh dari sempurna. Untuk menyempurnakan karya tulis ini dimasa mendatang penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak dengan harapan dapat bermanfaat bagi semua yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sorong, 15 Agustus 2021

Mohammad Arief Nur Wahyudien

DAFTAR ISI

Cover	i
Lembar Pengesahan Pembimbing.....	ii
Lembar Pengesahan Penguji.....	iii
Abstrak	iv
Pernyataan Keaslian Tulisan.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Halaman Motto	vi
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Batasan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Kajian Deduktif.....	7
2.1.1. Posisi Penelitian.....	7
2.2. Kajian Induktif	8
2.2.1. Kualitas Pelayanan	9
2.2.2. Karakteristik Jasa	9
2.2.3. Pengiriman Jasa Titip (JASTIP)	10
2.2.4. Metode Servqual.....	11
2.2.5. Model Kesenjangan Kepuasan Pelanggan (GAP)	16
2.2.6. Metode QFD	17

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	19
3.2. Jenis Data	19
3.2.1. Data Primer	19
3.2.2. Data Sekunder	20
3.3. Metode Pengumpulan Data	20
3.4. Sampel dan Pengujian Sampel	22
3.4.1. Uji Validitas.....	23
3.4.2. Uji Reliabilitas	24
3.5. Analisis Metode Sevrqual	24
3.6. Analisis Metode Qfd	25
3.7. Alur Penelitian	25

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGELOLAAN DATA

4.1. <i>Service Quality (Servqual)</i>	27
4.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Responden.....	27
4.2. Karakteristik Responden	28
4.3. Hasil Penyebaran Kuesioner	28
4.4. Gap Analisis.....	30
4.4.1. Gap analisis <i>Costumer Satification</i>	30
4.4.2. Gap Analisis <i>Importance to Costumer</i>	32
4.4.3. Gap Analisis Total	34
4.4.4. Analisis <i>Importance Performance Matrix</i>	35
4.5. Quality Function Deplorvment (QFD).....	36
4.5.1. <i>Costumers Needs (Whats 's)</i>	36
4.5.2. <i>Technical Requirement (HOWs)</i>	37
4.5.3. <i>Relationship Matrix WHATs dan HOWs</i>	38
4.5.4. Penentuan Bobot Kolom	39

4.5.5. Nilai Goals, Sales Point, IR dan Bobot Baris.....	39
--	----

4.5.6. Gambar <i>Keseluruhan House of Quality (HOQ)</i>	45
---	----

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Analisis Servqual	46
------------------------------	----

5.1.1. Analisis Hasil Kuisisioner	46
---	----

5.1.1.1. Uji Kecukupan Data	46
-----------------------------------	----

5.1.1.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Data	46
--	----

5.1.1.3. Analisis Gap <i>Customer Satisfaction</i>	46
--	----

5.1.1.4. Analisis Gap <i>Importance to Costumer</i>	47
---	----

5.1.1.5. Analisis Gap Total	47
-----------------------------------	----

5.1.1.6. Analisis Grafik 4 Kuadran	47
--	----

5.2. Analisis QFD	47
-------------------------	----

5.2.1. Kebutuhan Konsumen (<i>Whats's</i>).....	48
---	----

5.2.2. Kebutuhan Teknis dan Target (<i>How's</i>)	48
---	----

5.2.3. Hubungan Kebutuhan Konsumen dan Kebutuhan Teknis...	48
--	----

5.2.4. Bobot Kolom dan Bobot Baris	49
--	----

5.2.5. Goals, <i>Sales Point</i> dan <i>Improvement Ratio</i> (IR)	49
--	----

5.2.6. Pengembangan Strategi Pelayanan Pengiriman Barang	50
--	----

BAB VI PENUTUP

6.1. Kesimpulan	51
-----------------------	----

6.2. Saran.....	51
-----------------	----

Daftar Pustaka

Lampiran Lampiran

DAFTAR TABEL

BAB I	
1.1.Jenis dan Biaya Jasa Pengiriman	3
BAB II	
2.1.Tabel Posisi Penelitian.....	7
BAB III	
3.1.Atribut Penelitian.....	20
3.2.Uji Validitas Atribut Pertanyaan	23
BAB IV	
4.1.Uji Validitas Responden	27
4.2.Uji Reliabilitas Responden	28
4.3.Hasil Rata- Rata Penyebaran Kuisisioner	28
4.4.Gap Analisis Costumer satisfaction.....	30
4.5.Gap Analisis Importance to Costumer.....	32
4.6.Gap Analisis Total	34
4.7. <i>Costomers Needs (Whats)</i>	36
4.8.Respon Teknin Jastip Kurir Cendana	37
4.9.Niali Goals.....	40
4.10.Bobot Garis	43

DAFTAR GAMBAR

BAB II	
2.1. Gambar Matriks HOQ	15
BAB III	
3.1. Alur Penelitian	26
BAB IV	
4.1. Grafik 4 Kuadran	35
4.2.	
4.3. House of Quality (HOQ)	45
BAB V	
5.1. Alur Proses Jastip Kurir Cendana	63
5.2. Alur Proses Jastip Kurir Cendana Setelah di Analisis	65
5.3. Nota Pengiriman/ Pembayaran	65



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah negara besar di dunia berdasarkan luas wilayahnya dimana wilayah perairan lebih besar dari pada wilayah daratan yang terpisah dari sabang sampai merauke oleh lautan. Karenanya untuk mencapai satu pulau ke pulau lainnya dibutuhkan suatu sarana pengangkutan baik melalui darat, laut dan udara. (Gunardo. 2014: 198). Ibarat jaringan darah, transportasi di upayakan agar melancarkan jalur ekonomi antara pulau satu dengan pulau lainnya dengan sistem perencanaan transportasi yang baik akan terjalin hubungan ekonomi yang semakin berkembang dengan memperhatikan 4 aspek yaitu , kehandalan, kenyamanan, keterjangkauan, dan keamanan. (Gunardo. 2014: 189).

Transaksi perdagangan adalah proses pemindahan barang dari penjual kepada pembeli dengan pembayaran dan kesepakatan yang terjadi antara pembeli dan penjual, untuk terlaksanya pemindahan barang tersebut diperlukan rangkaian kegiatan yang disebut distribusi dan transportasi. (Abbas salim. 2015: 25). Jasa pengiriman barang menjadi satu layanan yang sangat dibutuhkan, terlebih di jaman yang serba canggih ini. Jasa pengiriman barang dapat menjadi solusi bagi mereka yang menyukai kemudahan dan kepraktisan dalam hal mengirimkan suatu barang terlebih jika itu menyangkut keterjangkauan wilayah. Jasa

pengiriman barang akan sangat efisien digunakan untuk mengirim barang ke tempat dimana tidak dapat dijangkau sendiri oleh masyarakat. Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dari suatu daerah ke daerah lain yang jauh membuat jasa pengiriman barang ini menjadi sangat penting bagi masyarakat. (Parhusip, Putro & Setiawan, 2017).

Dalam pengangkutan atau pemindahan terdapat banyak hambatan maupun risiko yang dihadapi baik saat pemuatan, pengiriman barang, sampai pembongkaran barang di tempat tujuan. Pengelolaan kegiatan transportasi yang efektif dan efisien akan memastikan pengiriman barang dari perusahaan ke pelanggan dengan tepat waktu, tepat jumlah, tepat kualitas, dan tepat penerima. (Zahroni, 2017: 109).

Berhubungan dengan hal ini, apakah besaran biaya logistik di Indonesia mendukung pergerakan impor dan ekspor. Terlalu tingginya biaya logistik justru menjadikan Indonesia tidak mampu menghadapi perubahan dimensional dan pergerakan yang cepat, saat ini dan kedepannya. (Kennedy, 2019). Tingginya tingkat mobilitas pengiriman menandakan produktifitas yang positif (Manalip, 2015). Dengan meningkatnya mobilitas pengiriman tidak dapat dipungkiri munculnya hambatan- hambatan dari biaya, waktu, keamanan dan jaminan dalam proses pengiriman.

Perusahaan yang bergerak pada bidang pengiriman ini sangat banyak seperti J&T, Tiki, Kantor Pos dan Lion Parcel yang menjadi pilihan utama pengiriman yang cepat dan murah tetapi khususnya di wilayah pulau jawa, apabila pengiriman ke luar daerah pulau jawa khususnya sorong papua barat, biaya yang dikeluarkan lebih tinggi dibandingkan dengan barang yang akan dikirim. Tabel jenis dan biaya jasa pengiriman di bawah ini adalah estimasi biaya dan waktu estimasi pengiriman ke sorong papua barat.

Tabel 1.1. Jenis dan Biaya Jasa Pengiriman

Nama Usaha	Jenis Pengiriman	Biaya (Cost)	Estimasi
Kantor Pos	Paket Kilat Khusus	Rp. 106.500	3 hari
	Paket Jumbo Ekonomi	Rp.85.500	4 hari
Tiki	Reguler Service	Rp. 105.000	3 – 4 hari
	Economy Service	Rp. 100.000	4 hari
J&T	EZ	Rp. 110.000	4 hari
Lion Parcel	One Pack	Rp.99.500	1 hari
	Reg Pack	Rp.94.500	1 – 3 hari
	Big Pack	Rp.850.000	2 – 3 hari
	Docu Pack	Rp. 10.000	1 – 3 hari

Sumber: Website Jasa Pengiriman

Dari tabel diatas cost yang di keluarkan cukup mahal, dengan adanya fenomena ini muncul peluang-peluang bisnis pada jasa pengiriman dengan media social (online) sebagai sarana dan pemasarannya yang disebut Jastip (Jasa Titip). (Mughtar, M. 2019). Adanya jastip ini sangat membantu konsumen dalam melakukan pengiriman barang dengan harga yang terjangkau dengan kisaran Cost 15.000/ kg – 25.000/ kg (laut) dan 80.000 – 90.000 (udara). Fenomena jastip ini juga menjadi populer dikota dan kabupaten sorong papua barat, dengan

adanya jastip ini membantu para pelaku Online Shop dan ukm-ukm berkembang pesat di kota dan kab. Sorong.

Seiring berjalannya waktu, peluang usaha ini banyak yang menirunya sehingga munculnya Jastip – Jastip baru. Munculnya jastip baru ini membuat persaingan usaha semakin tinggi, dengan munculnya persaingan ini banyak jastip yang baru ini sering kali membanting harga pengiriman dan dalam pelayanannya sehingga merusak pasaran yang ada di kota dan kab. Sorong. Jastip Kurir Cendana dalam melakukan usaha ini juga terdampak masalah persaingan ini sehingga perlu adanya *up – level* dalam pelayanan yang ditawarkan ke pelanggandiharapkan dengan *up – level* ini dapat meningkatkan pelayanan dan menarik pelanggan yang telah pergi tertarik kembali ke kurir cendana dalam melakukan proses pengiriman barang. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk mampu meningkatkan kinerja dari perusahaan agar mampu bersaing di pasar. Perusahaan juga dinilai perlu untuk memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan dari konsumen supaya dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan. (Saputri, 2020).

Setiap penyelenggara atau penyedia jasa harus bisa mengetahui dan memahami strategi pelayanan jasa yang ampuh agar mampu menyelesaikan setiap permasalahan di dalam persaingan usaha yang semakin ketat. terdapat empat kondisi yang harus dipenuhi, yaitu: Produk, Harga, Tempat, dan Promosi,

ketika berada di dalam kondisi pemasaran bisnis jasa, terdapat tiga kondisi tambahan yang harus dipenuhi yaitu sumber daya manusia (SDM), Bukti fisik dan Alur Jasa. (Jurnal Enterpreneur).

Berdasarkan latar belakang diatas untuk mengUp – Level pelayanan ini perlu adanya metode yang pas dan tepat yang dapat menghasilkan sebuah strategi pelayan baru untuk Jastip Kurir Cendana. Dari beberapa kasus yang hampir mirip metode yang baik untuk mendesain peningkatan pelayanan ini yaitu Metode Service Quality dan Quality Function Deployment (QFD).

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas maka rumusan masalahnya adalah

1. Atribut apa yang mempengaruhi proses pelayanan jasa pengiriman barang dengan menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan?
2. Desain strategi apa dalam upaya meningkatkan pelayanan jasa pengiriman Jastip Kurir Cendana di kota dan Kab. Sorong dengan servqual dan qfd?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui atribut – atribut yang mempengaruhi proses pelayanan pengiriman barang Jastip Kurir Cendana dengan menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan.

2. Untuk mengetahui strategi apa yang digunakan untuk meningkatkan proses pelayanan jasa Jastip Kurir Cendana dengan menggunakan *servqual*, dan Qfd.

1.4. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini ada batasan yang peneliti gunakan yaitu :

1. Desain produk pelayan pengiriman barang Jastip Kurir Cendana menggunakan metode *Servqual* dan *Quality Function Deployment*
2. Ruang lingkup penelitian ini konsumen/ pengguna jasa pengiriman Jastip Kurir Cendana.
3. Fokus penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan desain strategi proses pelayanan pengiriman barang Jastip Kurir Cendana.

1.5. Manfaat Penelitian

Berikut adalah beberapa manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini:

1. Pendidikan

Bagi dunia pendidikan penelitian ini merupakan cara dan upaya pengujian teori yang telah dilakukan sebelumnya. Sementara untuk mahasiswa yaitu mampu menerapkan ilmu yang didapat dalam perkuliahan.

2. Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu untuk menjadi acuan dalam meningkatkan pelayanan proses pengiriman barang Jastip Kurir Cendana di tengah – tengah tinghinya persaingan usaha ini khususnya di Kota Sorong dan Kab. Sorong.

1.6. Sistematika Penulisan

Agar penulisan penelitian tesis ini terstruktur, selanjutnya disusun sistematika penulisan yang mampu memberikan kejelasan tentang susunan penelitian ini. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang dalam melakukan penelitian, rumusan masalah yang diangkat, tujuan dilakukannya penelitian, batasan dalam melakukan penelitian, manfaat yang didapat dari penelitian ini, serta penjelasan mengenai sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kajian literatur deduktif sebagai acuan peneliti dalam melakukan penelitian yang merupakan tinjauan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian tesis ini serta kajian literatur induktif yang merupakan uraian tentang hasil penelitian yang pernah

dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kerangka dan alur penelitian tesis ini, sehingga penelitian yang dilakukan memiliki alur yang jelas.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai data-data yang dikumpulkan serta pengolahan data-data yang telah dikumpulkan tersebut.

BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai hasil serta pembahasan dari pengolahan data dan kesesuaian dengan tujuan penelitian.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab terakhir ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari peneliti tugas akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Induktif

2.1.1. Posisi Penelitian

Pada posisi penelitian ini penulis menggunakan referensi referensi yang relevan seperti table 2.1 posisi penelitian dibawah ini.

Tabel 2.1. Posisi Penelitian

Peneliti	Fokus Penelitian				Methods			
	Logistics	Lainya	Produk	Service	Serv qual	Kano	Qfd	Lainnya
Bora. M. A., Sanusi , &Isdar. A.	-	√	-	√	-	-	√	-
Donoriyanto. D. S	√	-	-	√	√	-	√	-
Indra. A. S. N., & Rukmayadi. D.	-	√	√	-	-	√	√	-
Sutoni. A., & Ramadian. P.	-	√	-	√	-	√	√	-
Yanti. F., & Murni. T.	√	-	-	√	√	√	√	-
Putri. A., Effendi. U., & Effendi. M.	-	√	-	√	-	-	√	-
Hartono. M., Santoso. A., & Prayoga. D. N.	√	-	-	-	-	√	√	√
Wang. Y., Lee. C., & Trappey. A.J.C	-	√	-	√	-	-	√	√

Tan. K. C., & PAwitra. T. A.	-	√	-	√	√	√	√	-
Bottani. E., & Rizzi. A.	√	-	-	√	-	-	√	√
Hilmansyah. D.	-	√	-	√	√	√	√	-
Prananda. Y., Lucitasari. D. R.,& Khannan. M.S. A.	-	√	-	√	√	-	-	-
Lin. Y., & Pekkarinen. S.	√	-	-	√	-	-	√	-
Baki. B., Basfirinci. C. S., Cilingir. Z., & AR. Murat.I.	√	-	-	-	√	√	√	-

Adapun penelitian lainnya yang membahas desain sebuah jasa khususnya pada jasa pengiriman yakni :

Hasil dari penelitian Puspitasari (2015) menyatakan metode Importance-Performance Analysis (IPA) dan Kano, dengan tujuan untuk membantu dalam menganalisis kualitas pelayanan CDP guna meningkatkan kepuasan konsumen (pengguna jasa), Sedangkan model kano bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut dari produk maupun jasa. Hasil pengintegrasian antara metode IPA dan Kano didapatkan urutan prioritas perbaikan atribut-atribut layanan, yaitu T23: terdapat depo pemeliharaan dan perawatan kontainer, R4: kemudahan proses konsolidasi barang, T18: perkantoran yang bersih dan nyaman, R3: kemudahan proses penerimaan dan pengiriman barang, A12: petugas memberikan pelayanan dan informasi secara benar,

RES8: petugas cepat menindaklanjuti keluhan pelanggan, A14: jaminan keamanan dan keselamatan barang dari kerusakan dan kehilangan, T21: peralatan bongkar muat yang memadai, RES7: petugas cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan. Oleh karena itu untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitas layanan guna memenuhi kepuasan pengguna jasa, maka atribut-atribut tersebut harus menjadi perhatian utama Cikarang Dry Port selaku operator.

Tinjauan literature diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian penelitian sebelumnya tidak ada yang membahas tentang Mendesain Strategi Proses pelayanan pengiriman barang dengan Jastip metode Servqual dan QFD pada Jastip Kurir Cendana di kota dan kabupaten Sorong secara bersamaan belum pernah dilakukan.

2.2. Kajian Diduktif

2.2.1. Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan sebuah kata bagi penyedia jasa yang harus dikerjakan dengan baik (Gazpersz, 2007). Kualitas adalah totalitas dari karakteristik produk atau jasa yang menunjang kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Spesifikasi dari toleransi yang ditetapkan oleh organisasi atau perusahaan pada bagian desain dan pengembangan produk dapat disebut sebagai kualitas desain (quality design) yang biasanya berorientasi kepada kebutuhan dan ekspektasi konsumen (pasar).

Kualitas dimulai dari adanya kebutuhan konsumen yang selanjutnya akan berakhir pada persepsi konsumen. Menurut Tjiptono (1996) sebuah produk atau jasa akan memiliki kualitas unggul dan tingkat keunggulan tersebut digunakan oleh organisasi atau perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen. Diukur dari tingkat kualitas produk atau jasa, jika semakin tinggi kualitas produk atau jasa tersebut maka pelayanannya akan semakin baik.

Menurut (Tjiptono, 2006), kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut (Parasuraman dan Zeithmal, 1988), kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diberikan.

2.2.2. Karakteristik Jasa

Sementara menurut Tjiptono (2006) terdapat empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang, keempat karakteristik tersebut meliputi sebagai berikut:

1. Intangibility Jasa berbeda dibandingkan produk karena bersifat intangible yang artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli. Jika barang menggunakan suatu objek, alat atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (performance) atau usaha.

2. Inseparability Barang biasanya diproduksi oleh perusahaan, kemudian dijual, dan dikonsumsi oleh pelanggan. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan oleh pelanggan.
3. Variability Jasa bersifat sangat atribut karena merupakan nonstandardized output, artinya banyak bentuk variasi, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan di mana jasa tersebut dihasilkan. Ada tiga faktor yang menyebabkan variabilitas kualitas jasa Tjiptono (2006) yaitu kerja sama atau partisipasi konsumen selama penyampaian jasa, moral/motivasi karyawan dalam melayani konsumen, dan beban kerja perusahaan.
4. Perishability Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan, dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

2.2.3. Strategi Pelayanan

Istilah strategi dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa mengerjakannya, bagaimana cara mengerjakannya, serta kepada siapa saja hal-hal tersebut pula dikomunikasikan, dan juga perlu dipahami mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai. Suatu strategi terdiri dari suatu kumpulan pilihan yang terintegrasi, dan perlu disadari bahwa pilihan tersebut belum tentu dapat

menjangkau atau memenuhi pilihan yang dianggap penting dari suatu hal yang dihadapi oleh pimpinan atau eksekutif.

Mintzberg (1978) mengemukakan bahwa strategi merupakan tindakan atau pola tindakan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan. Dalam organisasi, strategi tidak hanya meliputi strategi yang direncanakan, tetapi juga mencakup *sequence of decision* yang menggambarkan konsistensi dalam perilaku keputusan.

Menurut Coulter (2002:7) strategi adalah sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industrinya. Dengan demikian beberapa ciri strategi yang utama adalah aktivitas yang menunjukkan apa yang diinginkan dan bagaimana mengimplementasikannya, mempertimbangkan semua kekuatan internal, serta memperhatikan peluang dan tantangan.

Strategi ialah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Strategi juga merupakan sarana organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuannya. Inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia kompetitif, Bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen menjadi berbeda, Mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi

arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama dari pada menjadi yang lebih baik.

2.2.4. Pengiriman Jasa Titip (JASTIP)

1. Pengertian Pengiriman

Definisi pengiriman adalah kegiatan mendistribusikan produk barang dan jasa produsen kepada konsumen. Pengiriman adalah kegiatan pemasaran untuk memudahkan dalam penyampaian produk dari produsen kepada konsumen. Dalam konsep pengiriman ada dua hal yang berperan mensukseskan pengiriman, yaitu produsen dan konsumen. Dimana produsen sebagai bagian prinsipal berperan agar suatu produk dapat dipengirimkan secara merata. Sementara untuk sudut pandang konsumen sendiri ingin mendapatkan produk atau jasa yang ditawarkan dengan mudah. Kedua sudut pandang ini yang memiliki benang merah berupa kedekatan dan kemudahan.

2. Pengertian Jasa Titip

Jastip adalah singkatan dari jasa titip atau layanan informal yang menawarkan bantuan kepada orang-orang yang membutuhkan atau ingin membeli sesuatu tetapi tidak dapat pergi ke tempat yang diinginkan untuk membeli sendiri karena berbagai alasan. Mulanya jastip banyak digunakan oleh masyarakat untuk membeli barang dari luar negeri namun seiring dengan

perkembangannya jastip juga sering dimanfaatkan untuk membeli barang-barang di dalam negeri.

2.2.5. Metode Servqual

Metode servqual adalah suatu kuesioner yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa. Cara ini mulai dikembangkan pada tahun 1980-an oleh Zeithaml, Parasuraman & Berry, dan telah digunakan dalam mengukur berbagai kualitas jasa. Dengan kuesioner ini, kita bisa mengetahui seberapa besar celah (gap) yang ada di antara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan terhadap suatu perusahaan jasa. Kuesioner servqual dapat diubah-ubah (d disesuaikan) agar cocok dengan industri jasa yang berbeda-beda pula (misalnya bank, restoran, atau perusahaan telekomunikasi).

Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas dari suatu layanan, dimana Servqual adalah metode yang dijadikan dasar penentuan variabel pengukuran kualitas (Zeithaml, Parasuraman dan Berry, 1990).

Berdasarkan variabel kualitas layanan yang dikelompokkan dalam lima dimensi layanan (Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Tangible), dilakukan pengambilan data persepsi pengguna layanan dan dihitung kesenjangan (gap) antar persepsi dan harapan pengguna untuk seluruh variabel layanan atau yang disebut Servqual Score.

Tan dan Pawitra (2001) menyebutkan bahwa Servqual mengasumsikan hubungan yang linear antara kepuasan konsumen dengan atribut layanan. Asumsi ini tidak sepenuhnya benar karena dengan memberikan perhatian yang lebih pada atribut layanan tertentu tidak selalu menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi, jika atribut tersebut memang seharusnya dipenuhi (*must-be requirement*). Sebaliknya, kepuasan konsumen terkadang dapat sangat meningkat dengan hanya memberikan peningkatan kecil pelayanan tak terduga namun mengesankan.

Skala servqual meliputi lima dimensi kualitas jasa yaitu; *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empath*. Setiap dimensi memiliki beberapa pertanyaan dan dijawab dalam rentang nilai 1 sampai 7, di mana angka 1 mewakili perasaan sangat tidak setuju (*strongly disagree*) dan angka 7 mewakili perasaan sangat setuju (*strongly agree*). Berikut ini penjelasan mengenai ke-5 dimensi di atas, yaitu:

1. *Tangibles* (bukti terukur), menggambarkan fasilitas fisik, perlengkapan, dan tampilan dari personalia serta kehadiran para pengguna.
2. *Reliability* (keandalan), merujuk kepada kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan handal.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kesediaan untuk membantu pelanggan serta memberikan perhatian yang tepat.

4. *Assurance* (jaminan), merupakan karyawan yang sopan dan berpengetahuan luas yang memberikan rasa percaya serta keyakinan.
5. *Empathy* (empati), mencakup kepedulian serta perhatian individual kepada para pengguna.

2.2.6. Model Kesenjangan Kepuasan Pelanggan (GAP)

Kepuasan konsumen ditentukan oleh tingkat kepentingan konsumen sebelum menggunakan jasa atau produk dan persepsi pengguna setelah mendapatkan jasa atau produk tersebut. Model ini menunjukkan bahwa apakah terdapat perbedaan antara keinginan dan persepsi yang ada pada saat penggunaan produk atau jasa (Wijaya, 2011).

$$Q = P - E \quad (1)$$

Keterangan:

Q = Kualitas layanan/produk

E = Harapan akan layanan/kondisi saat ini

P = Persepsi akan layanan/kondisi setelah perbaikan

Kualitas dapat ditunjukkan dengan nilai gap, semakin kecil nilai gap maka semakin baik suatu produk atau layanan (Wijaya, 2011). Nilai gap adalah kepuasan yang ditandai dengan angka negatif. Jika angka kepuasan menunjukkan positif maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan atau gap.

2.2.7. Metode *Quality Function Deployment* (QFD)

Quality function Deployment (QFD) dikembangkan oleh perusahaan manufaktur mitsubishi pada tahun 1972, QFD ditujukan untuk melibatkan pelanggan dalam setiap proses yang ada pada proses perbaikan kualitas.

2.2.7.1. Definisi *quality function deployment* (QFD)

Quality function Deployment (QFD) merupakan salah satu pendekatan sistematis dari permintaan/keinginan konsumen untuk kemudian diterjemahkan kedalam desain teknis, manufaktur, dan perencanaan produksi yang tepat. QFD secara singkat mampu membantu mendengarkan suara/keinginan konsumen (untuk *brainstorming*) dan menentukan cara memenuhi keinginan konsumen (Widodo, 2003).

Dalam buku yang berjudul *Perencanaan dan Pengembangan Produk (Product, Planning and Design)* tahun 2013, Imam Djati Widodo menjelaskan bahwa *Quality Function Deployment* (QFD) merupakan sebuah *system* pengembangan sebuah produk yang dalam tahapannya dimulai dari perancangan produk, proses perakitan atau manufaktur, sampai produk di deliver atau diteruskan ke tangan konsumen. Imam Djati Widodo juga menambahkan semua sistem yang dibentuk oleh QFD didasari oleh keinginan dari konsumen. Sementara Tony Wijaya mengatakan QFD adalah bagian dari *total quality management* (Wijaya, 2011).

2.2.7.2. Manfaat QFD

Nursya'bani mengatakan dengan menerapkan QFD, pengembang dapat mengurangi waktu desain sebanyak 40% dan biaya 60% (Purnama, 2006). Ada tiga manfaat utama yang dapat diperoleh perusahaan bila menggunakan metode QFD yaitu:

1. Mengurangi biaya
2. Meningkatkan pendapatan
3. Mengurangi waktu produksi

Sedangkan manfaat QFD dalam buku karangan Nursya'bani manfaat QFD antara lain;

1. Fokus pada konsumen

Organisasi TQM merupakan organisasi yang berfokus pada konsumen. QFD memerlukan pengumpulan input dan umpan balik dari konsumen. Informasi tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam serangkaian persyaratan konsumen yang spesifik.

2. Efisiensi waktu

QFD mampu mengurangi waktu pengembangan produk karena memfokuskan pada persyaratan-persyaratan yang spesifik dan telah teridentifikasi dengan jelas.

3. Orientasi kerjasama tim

QFD merupakan kerjasama tim. Semua keputusan dalam proses didasarkan pada *consensus* dan dicapai melalui diskusi mendalam dan *brainstorming*.

4. Orientasi pada dokumentasi

Salah satu produk yang dihasilkan dari proses QFD adalah dokumen komperhensif mengenai semua data yang berhubungan dengan segala proses yang ada dan dibandingkan dengan persyaratan konsumen.

2.2.7.3.Kelemahan QFD

Menurut Tony Wijaya (2011) dibalik kelebihan QFD terdapat beberapa kelemahan metode QFD yaitu antara lain;

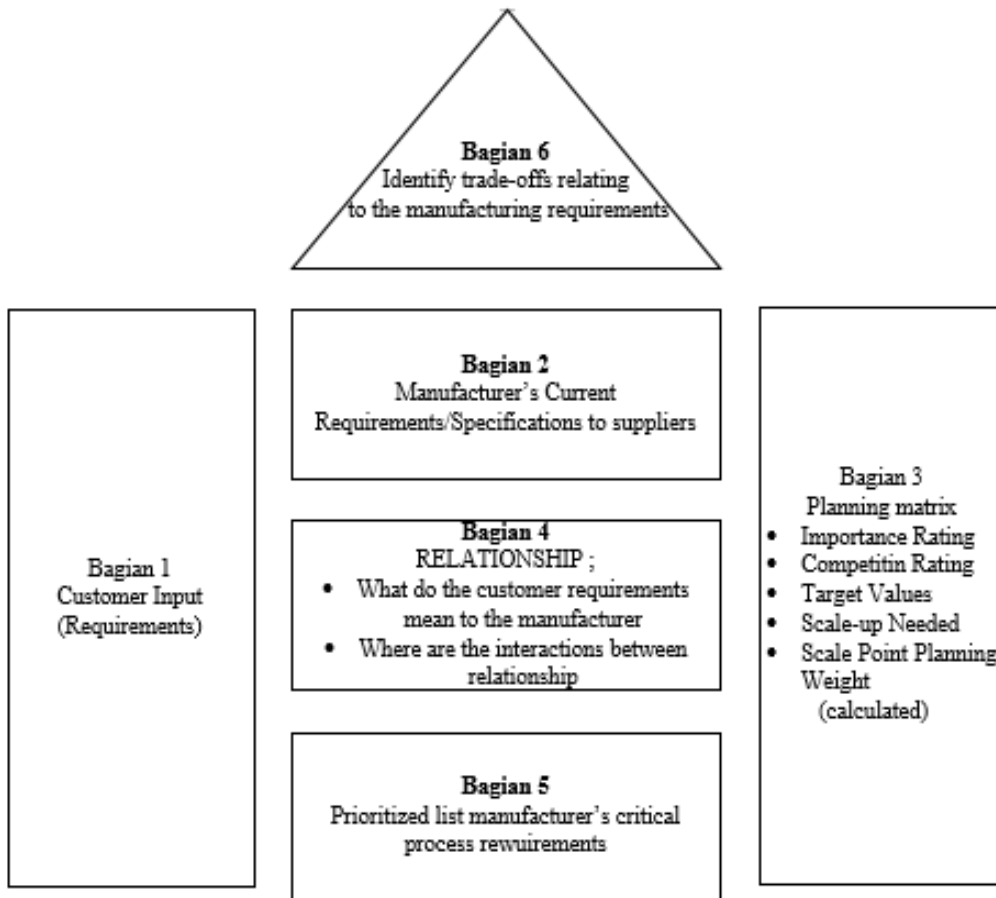
1. Memerlukan keahlian yang spesifik yang beragam
2. Kesulitan dalam penginputan matriks, terutama jika ukuran nya terlalu besar.
3. Sebagai alat, tapi tidak memberikan kejelasan pemecahan sebuah masalah
4. Bersifat proyek tanpa kelanjutan

2.2.7.4. Struktur dan Proses QFD

Dikutip dari buku manajemen kualitas perspektif global karya Nursya'bani Purnama, struktur QFD sering di analogikan sebuah rumah atau disebut *House of Quality* (HOQ). Komponen-komponen selayaknya rumah terdapat komponen atap, bagian pondasi dan sebagainya.

Merujuk pada gambar 6, pada tembok rumah bagian kiri (Bagian 1) adalah input atau masukan dari konsumen (*customer input*) dimana pada langkah ini pamanufaktur akan menentukan persyaratan yang diinginkan konsumen terhadap sebuah produk. Bagian 1 didapatkan dari *customer requirement* atau keinginan konsumen (matriks *What's*) yang diperoleh dari survei pasar.

Dalam pemenuhan persyaratan ini, pamanufaktur mengupayakan spesifikasi kinerja tertentu dan mensyaratkan pemasok (kebutuhan internal dan eksternal) untuk melakukan tindakan yang sama. Pada gambar 6 ditunjukkan dengan gambar pada bagian langit-langit atau plafon rumah (Bagian 2). Bagian 2 adalah matriks *How's* atau jawaban perusahaan terhadap matriks *what* (karakteristik teknis).



Gambar 2.1. Matriks HOQ

Pada bagian 3 menunjukkan matrik perencanaan yang memuat komponen yang digunakan untuk menerjemahkan persyaratan konsumen kedalam rencana-rencana untuk memenuhi dan melampaui keinginan konsumen. Bagian 3 menunjukkan tingkat kepentingan, tingkat kompetisi, targer, kebutuhan, dan bobot perencanaan penjualan. Pada bagian 3 terdiri dari:

1. Bobot kepentingan konsumen
2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk kita
3. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk pesaing

Bagian 4 atau bagian tengah rumah menunjukkan hubungan atau relationship yang memuat apa kebutuhan konsumen dari seorang pamanufaktur, misalnya konsumen menginginkan produk dapat digunakan dalam 3 tahun menjadi 5 tahun, maka persyaratan ini harus dikonversikan ke dalam aspek-aspek pamanufaktur misal material yang dibutuhkan, teknik pembuatan yang digunakan, tenaga kerja yang dibutuhkan dan sebagainya. Bagian 5 menunjukkan dasar rumah yang berisi daftar yang harus diprioritaskan atau prioritas persyaratan dari sebuah proses pamanufaktur. Bagian 6 menunjukkan bagian atap merupakan daftar atau langkah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan dengan mengidentifikasi *trade-off* yang berhubungan dengan persyaratan pamanufaktur. Disini output berupa langkah terbaik yang bisa dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen atau pengguna.

2.2.7.5. Langkah dalam menyusun *house of quality* (HoQ)

House of quality (HoQ) memerlukan 6 langkah dasar (Purnama, 2006) yaitu;

- 1) Identifikasi atribut yang dibutuhkan konsumen (*customer attributes*)
- 2) Identifikasi ciri-ciri teknis (*technical features*)
- 3) Mencari hubungan antara atribut konsumen dengan ciri-ciri teknis
- 4) Melakukan evaluasi terhadap produk pesaing
- 5) Melakukan evaluasi terhadap ciri-ciri teknis
- 6) Menentukan ciri-ciri teknis yang dinilai cocok berdasar atribut-atribut konsumen dan evaluasi produk pesaing untuk disebar (*deploy*) kedalam proses produksi.

Pada langkah awal penyusunan HoQ, digunakan kata-kata konsumen dengan mendengarkan *voice of customer* (VOC) agar kebutuhan konsumen ini tidak diartikan keliru oleh perusahaan atau pamanufaktur. Kemudian membuat daftar ciri-ciri teknis yang penting untuk mempertemukan persyaratan konsumen. Ciri-ciri teknis adalah desain atribut yang diekspresikan melalui bahasa pamanufaktur yang dapat diukur

karena output akan dikontrol dan dibandingkan dengan sasaran target. Untuk menghubungkan atribut konsumen dengan ciri-ciri teknis yang dibuat perusahaan digunakan simbol tertentu yang menggambarkan keterkaitan antar atribut konsumen dengan ciri teknis, misalnya;

⊙ = Hubungan sangat kuat diberikan nilai 9

O = Hubungan kuat diberikan nilai 3

X = Hubungan lemah diberikan nilai 1

Simbol ini membantu menentukan efek perubahan salah satu karakteristik produk dan memberi peluang untuk menilai *trade-off* antar karakteristik produk. Langkah berikutnya adalah menghubungkan atribut konsumen dengan ciri-ciri teknis yang dikembangkan melalui matriks interkorelasi. Tujuan matriks interkorelasi adalah untuk menunjukkan kesesuaian atribut konsumen dengan ciri-ciri teknis yang dikembangkan perusahaan melalui desainer dan engineer. Setelah menyusun matriks interkorelasi dilakukan evaluasi pasar atau persaingan dan poin penjualan kunci (*sales point*). Pada langkah ini termasuk di dalamnya menentukan tingkat kepentingan setiap atribut konsumen dan mengevaluasi atribut yang ada pada produk saat ini.

Tingkat kepentingan konsumen menggambarkan area daya tarik terbesar dan harapan tertinggi konsumen. Evaluasi persaingan membantu untuk memposisikan kekuatan dan kelemahan absolut produk pesaing. Langkah ini memberi peluang bagi pemanufaktur untuk menemukan peluang perbaikan. Langkah berikutnya adalah mengevaluasi ciri teknis produk pesaing dan mengembangkan target. Evaluasi ini bertujuan untuk membandingkan evaluasi atribut konsumen untuk menemukan kemungkinan adanya inkonsistensi. Target yang ditetapkan untuk setiap ciri teknis berbasis tingkat kepentingan dan kekuatan-kelemahan produk saat ini. Langkah terakhir adalah seleksi ciri teknis untuk disebarakan kedalam proses produksi.

Ciri teknis ini harus memiliki hubungan yang kuat dengan kebutuhan konsumen, memiliki kekuatan yang tidak dimiliki produk pesaing atau pesaing lemah dalam atribut

tertentu dan memiliki *sales point* yang kuat. Adapun komponen detail HoQ adalah sebagai berikut (Wijaya, 2011):

1. *What's* adalah keinginan atau kebutuhan konsumen
2. *How's* adalah kebutuhan-kebutuhan akan desain, atau secara sederhana matriks *how's* adalah jawaban yang diberikan perusahaan atau pengembang produk terhadap kebutuhan konsumen (*whats*)
3. Correlation Matrix menjelaskan hubungan antara matriks *how* dan matriks *what*. Korelasi ini dapat menggambarkan simbol kuat, cukup, dan lemah.
4. *Competitive assesment* atau *prioritized requirement* adalah penilaian produk atau jasa orang dengan orang pesaing setelah dilakukan perbaikan.
5. *Scale up factor* merupakan perbandingan antara target value dan performa perusahaan atau pendesain produk. Semakin besar nilai *Scale up factor* semakin tinggi pula usaha yang harus diupayakan oleh perusahaan
6. *Customer competitive evaluation* (CCE) adalah perbandingan antara kinerja produk lama dengan produk terbaru. Dalam hal ini dilakukan menggunakan kuisioner, survei maupun wawancara.

$$CCE = \frac{\text{Total tingkat Kepuasan keseluruhan responden}}{\text{Jumlah responden}} \quad (2)$$

7. *Goal* atau target *value* adalah target yang ditetapkan oleh pengembang. Nilai *goal* dapat ditentukan dengan memuaskan kepuasan konsumen secara full atau opsional perusahaan.
8. *Sales point* digunakan skala 1-1,5 dimana nilai 1 untuk tidak ada hubungan, 1,2 untuk hubungan positif dan 1,5 untuk hubungan positif kuat.
9. Bobot kolom adalah perkalian tingkat kepentingan dengan nilai sales poin pada masing-masing kolom.

10. *Improvement ratio* adalah perbandingan antara *goal* terhadap CCE atau *our product performance*.

$$IR = \frac{\text{Goal}}{\text{Nilai CCE}} \quad (3)$$

11. *Absolute weight and percent (AWP)* atau bobot baris skala kepentingan adalah perkalian *sales point*, *importance rating*, dan *scale up factor*.

$$AWP = \text{sales point} \times \text{importance rating} \times \text{scale up factor}$$



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pada proses pengiriman barang dari luar ke provinsi papua barat khususnya ke sorong. Sedangkan subjek penelitian ini pada JASTIP Kurir Cendana.

3.2. Jenis Data

Pada penelitian ini terdapat 2 jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

3.2.1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data-data yang didapat dengan membagikan kuesioner pendahuluan dan kuesioner formal.

- Kuesioner Pendahuluan ini di prioritaskan ke pada ukm yang ada di sorong yang sering menggunakan jasa titip barang (Jastip) dalam melakukan pengiriman, kuesioner ini untuk menentukan atribut pertanyaan yang akan digunakan dalam penelitian ini. Penentuan atribut ini terdiri dari **24 pertanyaan** dan **11 responden** yang menjawab. Adapun saran dan masukan dari para responden untuk menambahkan point pertanyaan untuk biaya gratis ongkir pengiriman barang ke tempat, kantor/ rumah konsumen.

- Kuesioner formal penelitian ini digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari setiap pertanyaan serta digunakan untuk menguji terhadap metode Servqual, Kano dan Qfd.

3.2.2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data- data dari penelitian sebelumnya, website, dan sumber lainnya yang berhubungan dengan proses pengiriman barang.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini digunakan metode pengumpulan data kuantitatif, dengan wawancara dan menyebarkan kuesioner.

a. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk menentukan atribut atribut apa yang akan digunakan untuk mendesain produk pelayanan jasa pengiriman barang. Peneliti melakukan wawancara pada beberapa pelanggan atau pengguna jasa pengiriman. Hasil dari wawancara ini ada beberapa variabel penting yang harus di perhatikan dalam melakukan pengiriman dengan menggunakan JASTIP yaitu:

- Waktu (Jadwal pengiriman)
- Biaya pengiriman
- Keamanan barang
- Pelayanan Pengiriman

Berdasarkan variabel diatas maka terbentuk atribut pertanyaan yang akan digunakan dimana setiap pertanyaan telah dihitung validitas dan reliabilitasnya terdapat pada table 3.1 atribut penelitian yaitu :

Tabel 3.1. Atribut Penelitian

No	Atribut Pelayanan
1	Kemudahan mengakses website Jastip Kurir Cendana
2	Keakuratan informasi diberikan oleh kurir cendana (meliputi status barang, tracking, dan keberangkatan dan kedatangan barang).
3	Kenyamanan ruang tunggu Kurir Cendana (bersih, Suhu ruangan baik, ketersediaan sarana hiburan tv, dll)
4	Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang.
5	Lokasi kantor Kurir Cendana mudah di temukan
6	Pengiriman barang tepat waktu, akurat dan sesuai jadwal
7	Biaya pengiriman dan proses pembayaran mudah dan murah/ sesuai
8	Keamanan barang terjamin dan diperhatikan dengan baik oleh kurir cendana
9	Persyaratan pengiriman jastip tidak memberatkan pengguna jasa (barang elektronik dan barang yang mudah rusak).
10	Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang barang/ volume barang.
11	Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telfon maupun surel.
12	Ketersediaan notifikasi mengenai shipment progres.
13	Kemudahan dan kecepatan dalam sistem pembayaran
14	Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi.
15	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen

16	Keamanan transaksi terjamin.
17	Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman.
18	Kepercayaan pelanggan bahwa perusahaan Kurir Cendana berpengalaman dan professional untuk meng-handle barang kiriman mereka.
19	Adanya penentuan ganti rugi pada setiap proses pengiriman apabila terjadi masalah
20	Adanya jaminan untuk keamanan barang dengan harga yang sekarang
21	Adanya Layanan pengantaran paket ke konsumen dengan minimal harga/ berat barang tertentu secara gratis
22	Kesediaan staff dan karyawan dalam membantu pelanggan jika terjadi kesulitan
23	Pelayanan yang ramah dan sopan dari karyawan.
24	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan
25	Komunikasi yang baik antara karyawan dan pelanggan.

Sumber: Wawancara Pengguna Jastip

b. Kuesioner

Kuesioner dibagikan untuk mendapatkan sebuah nilai dari setiap atribut yang digunakan dalam mengukur tingkat pelayanan Jastip Kurir Cendana. Pembagian kuesioner melalui beberapa tahapan yaitu: kuisisioner pendahuluan dapat dilihat dilampiran, kuisisioner formal untuk menghitung Servqual, Kano dan Qfd.

3.4. Penentuan dan Pengujian Sampel

Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin yaitu :

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

Dimana :

η = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E = Error Margin

Sedangkan untuk Pengujian sampel pada penelitian ini dilakukan dengan dua tahap yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

Dari hasil wawancara ke pihak Jastip Kurir Cendana untuk setiap kali pengiriman konsumen/ pelanggan berjumlah 60 – 70 orang/ pengiriman. Sehingga penentuan sampel untuk penelitian ini berjumlah minimal 60 konsumen dihitung menggunakan rumus Slovin.

3.4.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur seberapa besar ketepatan atribut atribut yang peneliti gunakan untuk mengukur proses pelayanan Jastip Kurir Cendana.

Uji validitas untuk setiap atribut penelitian dikatakan valid apabila hasil perhitungan > 0.300 (Robert M Kaplan dan Dennis Saccuzo, 1993).

Tabel 3.2. Uji Validitas Atribut Pertanyaan

No	Hasil	Ket
P1	0,978	Valid
P2	0,984	Valid
P3	0,964	Valid

P4	0,971	Valid
P5	0,972	Valid
P6	0,911	Valid
P7	0,989	Valid
P8	0,984	Valid
P9	0,971	Valid
P10	0,986	Valid
P11	0,990	Valid
P12	0,937	Valid
P13	0,991	Valid
P14	0,997	Valid
P15	0,994	Valid
P16	0,994	Valid
P17	0,988	Valid
P18	0,991	Valid
P19	0,947	Valid
P20	0,991	Valid
P21	0,994	Valid
P22	0,981	Valid
P23	0,987	Valid
P24	0,988	Valid

Sumber: Perhitungan Data

3.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur seberapa besar tingkat keyakinan dan kepercayaan dari sebuah atribut yang digunakan untuk mengukur Pelayanan Jastip Kurir Cendana.

Uji reliabilitas untuk seluruh atribut pertanyaan untuk mengukur pelayanan Jastip Kurir Cendana yakni Reliabel karena **R hitung 0,998 > 0,700** (Robert M Kaplan dan Dennis Saccuzo, 1993).

3.5. Analisis Metode Servqual

Tahapan Analisis servqual yang peneliti lakukan yaitu:

- Menggunakan lima dimensi utama dalam kualitas pelayanan yaitu tangible (Bukti Langsung), Reability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), dan Emphaty (Empati).
- Untuk mengukur kualitas pelayanan Jastip Kurir Cendana serta harapan dan kepentingan dari pelanggan.
- Menghitung “Gap Analisis” antara nilai pada bobot Kepuasan, harapan dan kepentingan untuk digunakan didalam metode qfd.

3.6. Analisis Metode QFD

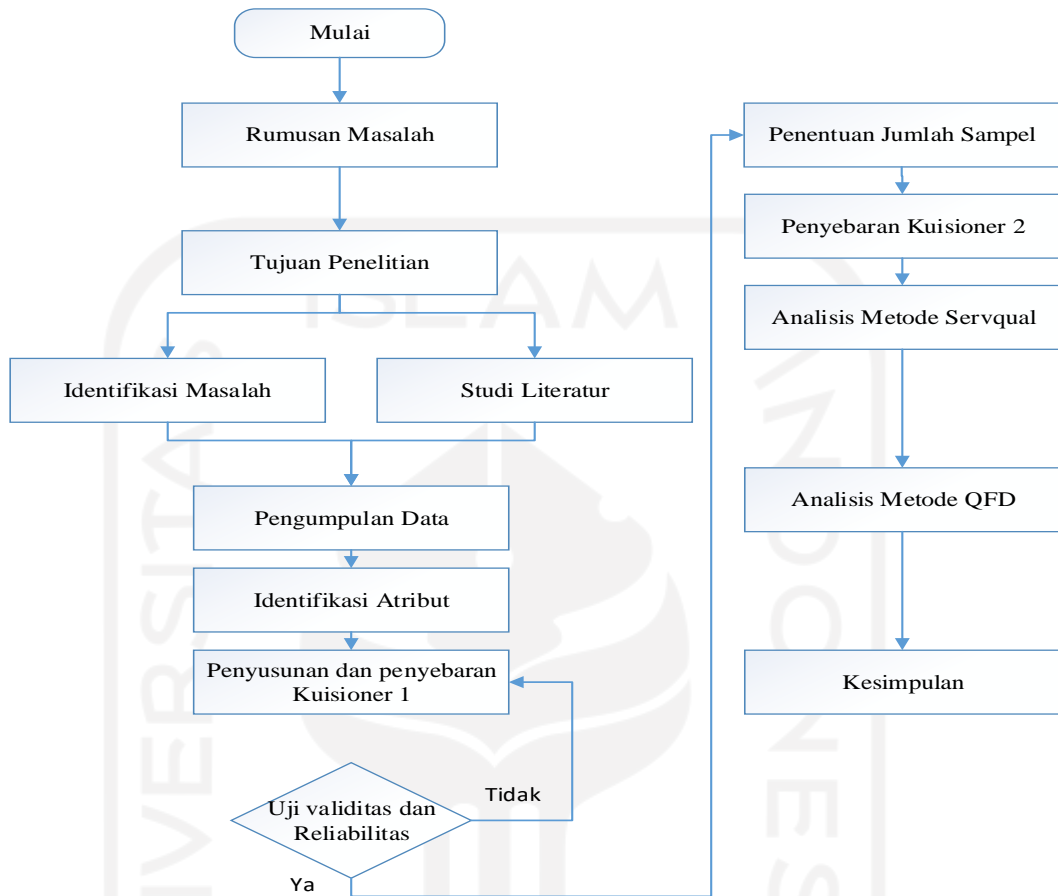
Analisis metode qfd ini dilakukan untuk mengintegrasikan model yang telah didapat dari analisis metode Servqual dan dituangkan kedalam HOQ dengan cara yaitu :

1. Penyusunan Relationship Matrix
 - Penyusunan *Customers Needs (WHATs)*
 - Penetapan *Technical Requirement (HOWs)*
 - Penghubungan *WHATs dan HOWs (Relationship Matrix)*
 - Penghubungan antar *HOWs (Technical Correlation)*
2. Penyusunan *HOQ (House Of Quality)*
 - Penghitungan Nilai *Customer Satisfaction Performance*

- Importance to customer
- Penghitungan Nilai Competitive Satisfaction Performance
- Posisi Penelitian
- Penentuan Goal
- Penghitungan Nilai Improvement Ratio
- Penentuan Sales Point
- Penghitungan Nilai Raw Weight dan Normalized Raw Weight
- Penyusunan Technical Matrix

3.7. Alur Penelitian

Adapun alur penelitian ini yaitu:



Gambar 3.1 Alur Penelitian

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGELOLAHAN DATA

4.1. *Service Quality (Servqual)*

4.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Responden

Hasil dari uji validitas dan reliabilitas responden terhadap atribut-atribut pertanyaan yang ada adalah sebagai berikut:

4.1.2. Uji Validitas

Hasil dari uji validitas jawaban responden terhadap atribut pertanyaan ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu tingkat Kepuasan, Tingkat Harapan dan Tingkat Kepentingan seperti tabel 4.1 Uji validitas data responden dibawah ini.

Tabel 4.1. Uji Validitas Data Responden

Atribut Pertanyaan	T. Kepuasan	T. Harapan	T. Kepentingan	Ket.
P1	0,875	0,845	0,872	Valid
P2	0,878	0,904	0,908	Valid
P3	0,740	0,778	0,789	Valid
P4	0,818	0,871	0,886	Valid
P5	0,843	0,923	0,895	Valid
P6	0,874	0,885	0,872	Valid
P7	0,923	0,824	0,847	Valid
P8	0,884	0,891	0,903	Valid
P9	0,917	0,891	0,881	Valid
P10	0,908	0,904	0,900	Valid
P11	0,910	0,889	0,889	Valid
P12	0,821	0,886	0,873	Valid
P13	0,903	0,947	0,938	Valid
P14	0,923	0,897	0,916	Valid
P15	0,841	0,879	0,917	Valid
P16	0,886	0,883	0,876	Valid
P17	0,838	0,883	0,919	Valid

P18	0,875	0,875	0,886	Valid
P19	0,777	0,858	0,886	Valid
P20	0,824	0,869	0,882	Valid
P21	0,820	0,850	0,820	Valid
P22	0,889	0,898	0,873	Valid
P23	0,945	0,896	0,798	Valid
P24	0,884	0,892	0,879	Valid
P25	0,917	0,907	0,886	Valid

Sumber: Hasil Perhitungan Excel

Dari tabel diatas, hasil dari uji validitas untuk setiap atribut pertanyaan ini adalah **Valid** karena nilai **R hitung** > **dari R tabel (0,254)**.

4.1.3. Uji Reliabilitas

Hasil dari Uji Reliabilitas untuk keseluruhan jawaban responden terhadap atribut pertanyaan ini dibagi menjadi 3 bagian yaitu tingkat Kepuasan, Tingkat Harapan dan Tingkat Kepentingan seperti tabel 4.2 Uji reliabilitas data responden dibawah ini.

Tabel 4.2. Uji Reliabilitas Data Responden

Atribut	T. Kepuasan	T. Harapan	T. Kepentingan	Ket
Total Atribut	0,962	0,964	0,964	Reliabel

Sumber: Hasil Perhitungan Excel

Dari table diatas, hasil dari uji relibilitas keseluruhan atribut pertanyaan ini adalah **Reliabel** karena nilai **R hitung** > **R tabel (0, 254)**.

4.2. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah para konsumen / pengguna jasa pengiriman barang jastip kurir cendana yang ada di kota dan kabupaten sorong

seperti olshop, toko pakaian, toko sembako, toko minuman dan ada yang menggunakan jastip kurir cendana untuk kebutuhan pribadi. Responden pada penelitian ini sebanyak **61 responden**

4.3. Hasil Penyebaran Kuisisioner

Dari hasil penyebaran kuisisioner peneliti menghitung nilai rata-rata dari setiap atribut dalam mengukur tingkat kepuasan, tingkat harapan, dan tingkat kepentingan pelanggan yang dapat dilihat pada table 4.3 Hasil Rata-Rata Penyebaran Kuisisioner ke Pelanggan Jastip dibawah ini.

Tabel 4.3. Hasil Rata-Rata Penyebaran Kuisisioner ke Pelanggan Jastip

Dimensi	Atribut	T. Kepuasan	T. Harapan	T. Kepentingan
<i>Tangible</i>	Kemudahan mengakses website Jastip Kurir Cendana	3,279	3,279	3,279
	Keakuratan informasi diberikan oleh kurir cendana (meliputi status barang, tracking, dan keberangkatan dan kedatangan barang).	3,213	3,443	3,426
	Kenyamanan ruang tunggu Kurir Cendana (bersih, Suhu ruangan baik, ketersediaan sarana hiburan tv, dll)	2,836	3,180	3,115
	Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang.	3,230	3,344	3,459

	Lokasi kantor Kurir Cendana mudah di temukan	3,262	3,279	3,344
Reliability	Pengiriman barang tepat waktu, akurat dan sesuai jadwal	3,230	3,311	3,410
	Biaya pengiriman dan proses pembayaran mudah dan mu rah/ sesuai	3,426	3,426	3,475
	Keamanan barang terjamin dan diperhatikan dengan baik oleh kurir cendana	3,361	3,492	3,492
	Persyaratan pengiriman jastip tidak memberatkan pengguna jasa (barang elektronik dan barang yang mudah rusak).	3,443	3,361	3,443
	Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang/ volume barang.	3,148	3,361	3,443
Responsivenees	Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telfon maupun surel.	3,082	3,180	3,311
	Ketersediaan notifikasi mengenai shipment progres.	3,115	3,328	3,311
	Kemudahan dan kecepatan dalam sistem pembayaran	3,459	3,426	3,443
	Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi.	3,344	3,410	3,410
	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen	3,148	3,393	3,377

Assurance	Keamanan transaksi terjamin.	3,410	3,574	3,541
	Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman.	3,180	3,574	3,541
	Kepercayaan pelanggan bahwa perusahaan Kurir Cendana berpengalaman dan professional untuk meng-handle barang kiriman mereka.	3,475	3,459	3,426
	Adanya penentuan ganti rugi pada setiap proses pengiriman apabila terjadi masalah	2,918	3,311	3,311
	Adanya jaminan untuk keamanan barang dengan harga yang sekarang	3,033	3,311	3,328
	Adanya Layanan pengantaran paket ke konsumen dengan minimal harga/ berat barang tertentu secara gratis	3,016	3,344	3,262
Empathy	Kesediaan staff dan karyawan dalam membantu pelanggan jika terjadi kesulitan	3,098	3,393	3,344
	Pelayanan yang ramah dan sopan dari karyawan.	3,410	3,459	3,508
	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan	3,197	3,426	3,459
	Komunikasi yang baik antara karyawan dan pelanggan.	3,410	3,557	3,459

Sumber: Hasil Perhitungan Excel

4.4. GAP Analisis

Gap analisis dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur kesenjangan (gap) antara kinerja suatu variabel terhadap kepuasan, harapan dan kepentingan pelanggan terhadap variabel yang digunakan.

4.4.1. Gap Analisis Kepuasan dan Harapan Pelanggan

Gap analisis yang pertama yaitu menghitung gap antara tingkat kepuasan dan harapan pelanggan untuk menentukan nilai *customer satisfaction* Seperti table 4.4 Gap Analisis Kepuasan dan Harapan Pelanggan Jastip Kurir Cendana dibawah ini.

Tabel 4.4. Gap Analisis Kepuasan dan Harapan Pelanggan Jastip Kurir Cendana

Dimensi	Atribut	T.	T.	Gap
		Kepuasan	Harapan	
Tangible	Kemudahan mengakses website Jastip Kurir Cendana	3,279	3,279	0
	Keakuratan informasi diberikan oleh kurir cendana (meliputi status barang, tracking, dan keberangkatan dan kedatangan barang).	3,213	3,443	-0,213
	Kenyamanan ruang tunggu Kurir Cendana (bersih, Suhu ruangan baik, ketersediaan sarana hiburan tv, dll)	2,836	3,180	-0,344
	Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur	3,230	3,344	-0,115

	pengurusan pengiriman barang.			
	Lokasi kantor Kurir Cendana mudah di temukan	3,262	3,279	-0,016
Reliabilit y	Pengiriman barang tepat waktu, akurat dan sesuai jadwal	3,230	3,311	-0,082
	Biaya pengiriman dan proses pembayaran mudah dan mu rah/ sesuai	3,426	3,426	0
	Keamanan barang terjamin dan diperhatikan dengan baik oleh kurir cendana	3,361	3,492	-0,131
	Persyaratan pengiriman jastip tidak memberatkan pengguna jasa (barang elektronik dan barang yang mudah rusak).	3,443	3,361	0,082
	Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang/ volume barang.	3,148	3,361	-0,213
Responsi vnees	Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telfon maupun surel.	3,082	3,180	-0,098
	Ketersediaan notifikasi mengenai shipment progres.	3,115	3,328	-0,213
	Kemudahan dan kecepatan dalam sistem pembayaran	3,459	3,426	0,033
	Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi.	3,344	3,410	-0,066
	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen	3,148	3,393	-0,246
Assuran ce	Keamanan transaksi terjamin.	3,410	3,574	-0,164

	Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman.	3,180	3,574	-0,393
	Kepercayaan pelanggan bahwa perusahaan Kurir Cendana berpengalaman dan professional untuk meng-handle barang kiriman mereka.	3,475	3,459	0,016
	Adanya penentuan ganti rugi pada setiap proses pengiriman apabila terjadi masalah	2,918	3,311	-0,393
	Adanya jaminan untuk keamanan barang dengan harga yang sekarang	3,033	3,311	-0,279
	Adanya Layanan pengantaran paket ke konsumen dengan minimal harga/ berat barang tertentu secara gratis	3,016	3,344	-0,328
Empathy	Kesediaan staff dan karyawan dalam membantu pelanggan jika terjadi kesulitan	3,098	3,393	-0,295
	Pelayanan yang ramah dan sopan dari karyawan.	3,410	3,459	-0,049
	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan	3,197	3,426	-0,230
	Komunikasi yang baik antara karyawan dan pelanggan.	3,410	3,557	-0,148

Sumber : Hasil Perhitungan Excel

4.4.2. Gap Analisis *Importance To Customer*

Analisis gap yang kedua dilakukan untuk menentukan nilai *importance to customer* dari tingkat harapan dan kepentingan pelanggan, seperti table 4.5 Gap Analisis *Importance to customer* Jastip Kurir Cendana dibawah ini.

Tabel 4.5. Gap Analisis *Importance to customer* Jastip Kurir Cendana

Dimensi	Atribut	T. Harapan	T. Kepentingan	Gap
<i>Tangible</i>	Kemudahan mengakses website Jastip Kurir Cendana	3,279	3,279	0
	Keakuratan informasi diberikan oleh kurir cendana (meliputi status barang, tracking, dan keberangkatan dan kedatangan barang).	3,443	3,426	0,016
	Kenyamanan ruang tunggu Kurir Cendana (bersih, Suhu ruangan baik, ketersediaan sarana hiburan tv, dll)	3,180	3,115	0,066
	Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang.	3,344	3,459	-0,115
	Lokasi kantor Kurir Cendana mudah di temukan	3,279	3,344	-0,066
	<i>Reliability</i>	Pengiriman barang tepat waktu, akurat dan sesuai jadwal	3,311	3,410
Biaya pengiriman dan proses pembayaran mudah dan mu rah/ sesuai		3,426	3,475	-0,49

	Keamanan barang terjamin dan diperhatikan dengan baik oleh kurir cendana	3,492	3,492	0
	Persyaratan pengiriman jastip tidak memberatkan pengguna jasa (barang elektronik dan barang yang mudah rusak).	3,361	3,443	-0,082
	Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang/ volume barang.	3,361	3,443	-0,082
Responsivenees	Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telfon maupun surel.	3,180	3,311	-0,131
	Ketersediaan notifikasi mengenai shipment progres.	3,328	3,311	0,016
	Kemudahan dan kecepatan dalam sistem pembayaran	3,426	3,443	-0,066
	Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi.	3,410	3,410	0
	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen	3,393	3,377	0,016
Assurance	Keamanan transaksi terjamin.	3,574	3,541	0,033
	Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman.	3,574	3,541	0,033
	Kepercayaan pelanggan bahwa perusahaan Kurir Cendana	3,459	3,426	0,033

	berpengalaman dan professional untuk meng-handle barang kiriman mereka.			
	Adanya penentuan ganti rugi pada setiap proses pengiriman apabila terjadi masalah	3,311	3,311	0
	Adanya jaminan untuk keamanan barang dengan harga yang sekarang	3,311	3,328	-0,016
	Adanya Layanan pengantaran paket ke konsumen dengan minimal harga/ berat barang tertentu secara gratis	3,344	3,262	0,082
Empathy	Kesediaan staff dan karyawan dalam membantu pelanggan jika terjadi kesulitan	3,393	3,344	0,049
	Pelayanan yang ramah dan sopan dari karyawan.	3,459	3,508	-0,049
	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan	3,426	3,459	-0,033
	Komunikasi yang baik antara karyawan dan pelanggan.	3,557	3,459	0,098

Sumber : Hasil Perhitungan Excel

4.4.3. Gap Analisis Total

Gap analisis total ini dihitung antara total dari analisi gap pertama dan kedua, analisis ini untuk menentukan nilai prioritas dari atribut-atribut yang digunakan yang nantinya akan dimasukkan ke dalam perhitungan metode qfd.

Perhitungan tersebut dapat dilihat pada table 4.6 Gap Analisis Total *Customer Satisfaction & Importance to customer* di bawah ini.

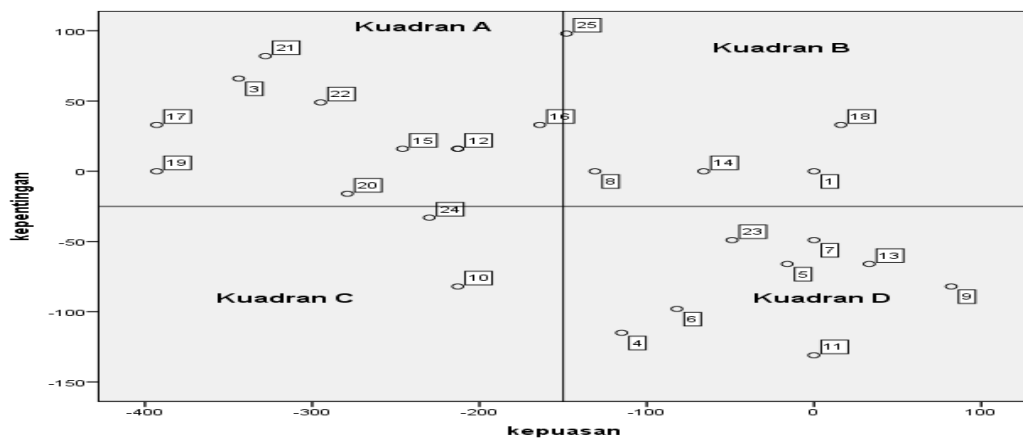
Tabel 4.6. Gap Analisis Total *Customer Satisfaction & Importance to customer*

Atribut	<i>Customer Satisfaction</i>	<i>Importance to customer</i>	Gap	Prioritas
1	0	0	0	
2	-0,213	0,016	-0,213	
3	-0,344	0,066	-0,279	5
4	-0,115	-0,115	-0,230	11
5	-0,016	-0,066	-0,082	
6	-0,082	-0,098	-0,180	
7	0	-0,049	-0,049	
8	-0,131	0	-0,131	
9	0,082	-0,082	0	
10	-0,213	-0,082	-0,295	3
11	-0,098	-0,131	-0,230	10
12	-0,213	0,016	-0,197	
13	0,033	-0,066	0,016	
14	-0,066	0	-0,066	
15	-0,246	0,016	-0,230	9
16	-0,164	0,033	-0,131	
17	-0,393	0,033	-0,361	2
18	0,016	0,033	0,049	
19	-0,393	0	-0,393	1
20	-0,279	-0,016	-0,295	4
21	-0,328	0,082	-0,246	8
22	-0,295	0,049	-0,246	7
23	-0,049	-0,049	-0,098	
24	-0,230	-0,033	-0,262	6
25	-0,148	0,098	-0,049	

Sumber : Hasil Perhitungan Excel

4.4.4. Analisis *Importance Performance Matrix*

Digunakan untuk memperoleh faktor yang berpengaruh terhadap Total kepuasan pelanggan Jastip Kurir Cendana. Detail IPA terdapat pada gambar 4.1 Grafik 4 Kuadran Penyebaran Total Kepuasan Pelanggan Kurir Cendana berikut:



Gambar 4.1. Grafik 4 Kuadran Penyebaran Total Kepuasan Pelanggan Kurir Cendana

Kuadran A: meliputi atribut yang dianggap sangat penting oleh pengguna namun pada kenyataan atribut ini belum sesuai kenyataan. Atribut 3,12,15,16,17,19,20,21 dan 22 merupakan atribut yang berada di kuadran A.

Kuadran B: meliputi atribut yang dianggap penting oleh pengguna dan atribut ini dianggap sudah sesuai oleh pengguna sehingga tingkat kepuasan relatifnya lebih tinggi, yang merupakan atribut dalam kuadran ini adalah atribut 1,8,14,18 dan 25.

Kuadran C: merupakan wilayah yang memuat atribut yang dianggap Cukup penting oleh pengguna dan pada kondisi sesungguhnya kinerjanya tidak cukup baik. Kuadran C terdiri dari atribut 10 dan 24.

Kuadran D: terdiri dari atribut 4,5,6,7,9,11,13 dan 23. Pada kuadran ini kepuasan pengguna telah terpenuhi namun oleh pengguna tidak dianggap penting.

4.5. *Quality Function Deployment (QFD)*

Integrasi model Servqual kedalam matriks QFD dilakukan dengan memasukan hasil dari Tingkat Kepentingan Pelanggan berdasarkan olah data Servqual, atribut yang didapatkan pada servqual akan digunakan sebagai matriks kebutuhan konsumen (What's).

4.5.1. *Customers Needs (WHATs)*

Customers needs / kebutuhan konsumen ini didapat dari analisis gap dengan metode servqual yang digunakan digunakan pada kebutuhan teknis pada penelitian ini seperti table 4.7 *Costomers Needs (Whats) terhadap Kurir Cendana* di bawah ini.

Tabel 4.7. *Costomers Needs (Whats) Terhadap Kurir Cendana*

No	Atribut
1	Kenyamanan ruang tunggu Kurir Cendana (bersih, Suhu ruangan baik, ketersediaan sarana hiburan tv, dll)
2	Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang.

3	Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang barang/ volume barang.
4	Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telfon maupun surel.
5	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen
6	Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman.
7	Adanya penentuan ganti rugi pada setiap proses pengiriman apabila terjadi masalah
8	Adanya jaminan untuk keamanan barang dengan harga yang sekarang
9	Adanya Layanan pengantaran paket ke konsumen dengan minimal harga/ berat barang tertentu secara gratis
10	Kesediaan staff dan karyawan dalam membantu pelanggan jika terjadi kesulitan
11	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan

Sumber: Hasil Penelitian

4.5.2. *Technical Requirement (HOWs)*

Berdasarkan customers needs yang telah ditentukan, maka langkah selanjutnya adalah menentukan respon teknik pelayanan yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam memenuhi variable layanan kepada pelanggan. Respon teknik pelayanan ini diperoleh berdasarkan hasil diskusi dengan pihak Jastip Kurir Cendana, adapun respon teknis dan target pelayanan yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.8. Respon Teknin Jastip Kurir Cendana

No	Respon Teknis Perusahaan	Target Spesifikasi
1	Menerapkan budaya 4S (senyum, salam, sapa, sopan)	Bisa Terpenuhi
2	Membuat template alur proses pengiriman	Bisa Terpenuhi

3	Membuat rincian perhitungan pengkonversian berat barang	Dapat Diusahakan
4	Selalu komunikatif dan responsive dalam memberikan bantuan ke konsumen yang kesulitan dalam melakukan pengiriman	Bisa Terpenuhi
5	Selalu bermediasi dengan pelanggan apabila ada complain	Dapat Diusahakan
6	Selalu menginfokan informasi tanpa harus pelanggan bertanya dahulu	Bisa Terpenuhi
7	Membuat form surat syarat & ketentuan ganti rugi	Dapat Diusahakan
8	Membuat klasifikasi jenis barang dan menawarkan perlindungan ke jenis barang tertentu dengan tambahan harga	Dapat Diusahakan
9	Minimal 10 – 20 kg sesuai dengan jenis barang	Dapat Diusahakan

Sumber : Hasil Penelitian

4.5.3. *Relationship Matrix WHATs dan HOWs*

Penilaian tingkat hubungan ini ditetapkan berdasarkan hasil diskusi dengan pihak Jastip Kurir Cendana. Penetapan nilai yang menyatakan tingkat hubungan atribut pelayanan (WHATs) terhadap respon teknis (Hows) sebagai berikut:

Keterangan simbol :		Menerapkan budaya 4S (senyum, salam, sapa, sopan)	Membuat template alur proses pengiriman	Membuat rincian perhitungan pengkonversian berat barang	Selalu bermediasi dengan pelanggan apabila ada complain	Selalu komunikatif dan responsive dalam memberikan bantuan ke konsumen yang kesulitan dalam melakukan pengiriman	Selalu menginfokan informasi tanpa harus pelanggan bertanya dahulu	Membuat form surat syarat & ketentuan ganti rugi	Membuat klasifikasi jenis barang dan menawarkan perlindungan ke jenis barang tertentu dengan tambahan harga	Minimal 10 – 20 kg sesuai dengan jenis barang
No	Kebutuhan Konsumen	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Kenyamanan ruang tunggu dan pelayanan Kurir Cendana (bersih, Suhu ruangan baik, ketersediaan sarana hiburan tv, dll)	●	○							
2	Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang.		●			○			○	
3	Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang/ volume barang.			●				○	○	○
4	Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telfon maupun surel.				○	●	○			
5	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen		△		●	○	○			
6	Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman.						●			
7	Adanya penentuan ganti rugi pada setiap proses pengiriman apabila terjadi masalah			○	△			●	△	○
8	Adanya jaminan untuk keamanan barang dengan harga yang sekarang							●	●	
9	Adanya Layanan pengantaran paket ke konsumen dengan minimal harga/ berat barang tertentu secara gratis									●
10	Kesediaan staff dan karyawan dalam membantu pelanggan jika terjadi kesulitan		△		○	○				
11	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan								○	

Gambar 4.2. Hubungan Antar Matriks What's dan How's Kurir Cendana

4.5.4. Penentuan Bobot Kolom

Perhitungan bobot dilakukan dengan mengalikan setiap importance rating kebutuhan konsumen dengan nilai hubungan terhadap kebutuhan teknis. Hasil perhitungan nilai bobot dapat dilihat pada Gambar 4.3 Penentuan bobot kolom di bawah ini.

Keterangan simbol :		P r i o r i t a s	1	2	3	4	5	6	7	8	9
No	Kebutuhan Konsumen										
	● Kuat = 9 ○ Sedang = 3 △ Lemah = 1										
		Menerapkan budaya 4S (senyum, salam, sapa, sopan)									
		Membuat template alur proses pengiriman									
		Membuat rincian perhitungan pengkonversian berat barang									
		Selalu bermediasi dengan pelanggan apabila ada complain									
		Selalu komunikatif dan responsive dalam memberikan bantuan ke konsumen yang kesulitan dalam melakukan pengiriman									
		Selalu menginfokan informasi tanpa harus pelanggan bertanya dahulu									
		Membuat form surat syarat & ketentuan ganti rugi									
		Membuat klasifikasi jenis barang dan menawarkan perlindungan ke jenis barang tertentu dengan tambahan harga									
		Minimal 10 – 20 kg sesuai dengan jenis barang									
1	Kenyamanan ruang tunggu dan pelayanan Kurir Cendana (bersih, Suhu ruangan baik, ketersediaan sarana hiburan tv, dll)	3,279	●	○							
2	Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang.	3,459		●			○			○	
3	Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang barang/ volume barang	3,443			●				○	○	○
4	Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telfon maupun surel.	3,311				○	●	○			
5	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen	3,377		△		●	○	○			
6	Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman.	3,541						●			
7	Adanya penentuan ganti rugi pada setiap proses pengiriman apabila terjadi masalah	3,311			○	△			●	△	○
8	Adanya jaminan untuk keamanan barang dengan harga yang sekarang	3,328							●	●	
9	Adanya Layanan pengantaran paket ke konsumen dengan minimal harga/ berat barang tertentu secara gratis	3,262									●
10	Kesediaan staff dan karyawan dalam membantu pelanggan jika terjadi kesulitan	3,344		△		○	○				
11	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan	3,459								○	
Bobot Kolom		29,511	47,689	40,92	53,669	60,339	51,933	70,08	64,346	49,62	
Target Spesifikasi		Bisa Terpenuhi	Bisa Terpenuhi	Dapat Diusahakan	Bisa Terpenuhi	Dapat Diusahakan	Bisa Terpenuhi	Dapat Diusahakan	Dapat Diusahakan	Dapat Diusahakan	Dapat Diusahakan

Gambar 4.3. Hasil Perhitungan Bobot Kolom Jastip Kurir Cendana

4.5.5. Nilai Goal, Sales Point, Improvement Ratio, Bobot Baris dan Posisi

Pesaing

4.5.5.1. Nilai Goal

Goal ditentukan oleh pengembang sebuah produk, pada penelitian ini goal ditentukan berdasarkan kuisioner service Quality pada poin harapan, harapan dari pengembang produk keinginan dari konsumen terpenuhi semua sehingga posisi tujuan adalah memenuhi keinginan atau harapan dari konsumen berdasarkan kuisioner yang telah diajukan kepada responden sehingga untuk masing-masing bobot goal adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9. Nilai Goals Jastip Kurir Cendana

No	Kebutuhan Teknis	Harapan
1	Kenyamanan ruang tunggu dan pelayanan Kurir Cendana (bersih, Suhu ruangan baik, ketersediaan sarana hiburan tv, dll)	3,18
2	Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang.	3,344
3	Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang/ volume barang.	3,361
4	Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telfon maupun surel.	3,18
5	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen	3,393
6	Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman.	3,574
7	Adanya penentuan ganti rugi pada setiap proses pengiriman apabila terjadi masalah	3,311

8	Adanya jaminan untuk keamanan barang dengan harga yang sekarang	3,311
9	Adanya Layanan pengantaran paket ke konsumen dengan minimal harga/ berat barang tertentu secara gratis	3,344
10	Kesediaan staff dan karyawan dalam membantu pelanggan jika terjadi kesulitan	3,393
11	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan	3,557

Sumber: Hasil Penelitian dan Perhitungan

4.5.5.2. Sales Point

Nilai sales point yang biasa digunakan dalam House of Quality (HOQ) yaitu **1** : tanpa titik penjualan **1,2** : titik penjualan menengah **1,5** : titik penjualan ketat Penentuan sales point ditentukan oleh pihak pengembang yakni Kurir cendana.

Artinya, setiap poin yang ditentukan berdasarkan kebijakan dari pengembang untuk mengantisipasi pesaing. Data lengkap untuk penentuan sales point terdapat pada tabel 4.10 Sales Point berikut:

Tabel 4.10. Sales Point untuk Jastip Kurir Cendana

No	Kebutuhan Teknis	Sales Point
1	Kenyamanan ruang tunggu dan pelayanan Kurir Cendana (bersih, Suhu ruangan baik, ketersediaan sarana hiburan tv, dll)	1,2
2	Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang.	1,5

3	Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang barang/ volume barang.	1,5
4	Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telfon maupun surel.	1,2
5	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen	1,2
6	Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman.	1
7	Adanya penentuan ganti rugi pada setiap proses pengiriman apabila terjadi masalah	1,2
8	Adanya jaminan untuk keamanan barang dengan harga yang sekarang	1,2
9	Adanya Layanan pengantaran paket ke konsumen dengan minimal harga/ berat barang tertentu secara gratis	1,2
10	Kesediaan staff dan karyawan dalam membantu pelanggan jika terjadi kesulitan	1
11	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan	1

4.5.5.3. Improvement Ratio (IR)

Langkah berikutnya dalam analisis Quality Function Deployment (QFD) menggunakan House of Quality (HOQ) yaitu melakukan perhitungan improvement ratio. Perhitungan improvement ratio dapat dilihat dengan rumus di bawah ini:

$$\text{improvement ratio} = \frac{\text{target}}{\text{kepuasan konsumen}}$$

Nilai improvement ratio setiap kebutuhan konsumen dapat dilihat pada Tabel 4.11 hasil perhitungan IR di bawah ini.

Tabel 4.11 Perhitungan Nilai IR

No	Kebutuhan Teknis	IR
1	Kenyamanan ruang tunggu dan pelayanan Kurir Cendana (bersih, Suhu ruangan baik, ketersediaan sarana hiburan tv, dll)	1,12
2	Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang.	1,04
3	Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang barang/ volume barang.	1,07
4	Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telfon maupun surel.	1,03
5	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen	1,08
6	Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman.	1,12
7	Adanya penentuan ganti rugi pada setiap proses pengiriman apabila terjadi masalah	1,11
8	Adanya jaminan untuk keamanan barang dengan harga yang sekarang	1,09
9	Adanya Layanan pengantaran paket ke konsumen dengan minimal harga/ berat barang tertentu secara gratis	1,11
10	Kesediaan staff dan karyawan dalam membantu pelanggan jika terjadi kesulitan	1,10
11	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan	1,11

Sumber: Perhitungan

4.5.5.4. Bobot Baris

Dalam melakukan analisis menggunakan House of Quality (HOQ), selanjutnya dilakukan perhitungan untuk menentukan bobot baris atau raw

weight. Nilai bobot baris akan menunjukkan tingkat prioritas pengambilan tindakan untuk memperbaiki pelayanan di Jastip Kurir Cendana.

Tabel 4.12. Hasil Perhitungan Bobot Garis Jastip Kurir Cendana

No	Kebutuhan Teknis	Bobot Baris
1	Kenyamanan ruang tunggu dan pelayanan Kurir Cendana (bersih, Suhu ruangan baik, ketersediaan sarana hiburan tv, dll)	3,68
2	Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang.	5,37
3	Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang/ volume barang.	5,51
4	Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telfon maupun surel.	4,10
5	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen	4,37
6	Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman.	3,98
7	Adanya penentuan ganti rugi pada setiap proses pengiriman apabila terjadi masalah	4,41
8	Adanya jaminan untuk keamanan barang dengan harga yang sekarang	4,36
9	Adanya Layanan pengantaran paket ke konsumen dengan minimal harga/ berat barang tertentu secara gratis	4,34
10	Kesediaan staff dan karyawan dalam membantu pelanggan jika terjadi kesulitan	3,66
11	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan	3,85

Sumber : Hasil Perhitungan

4.5.6. Posisi dengan Pesaing

Nilai posisi produk didapat dari hasil perhitungan kuesioner tentang persepsi konsumen terhadap pelayanan jasa pengiriman Jastip barang di kota dan

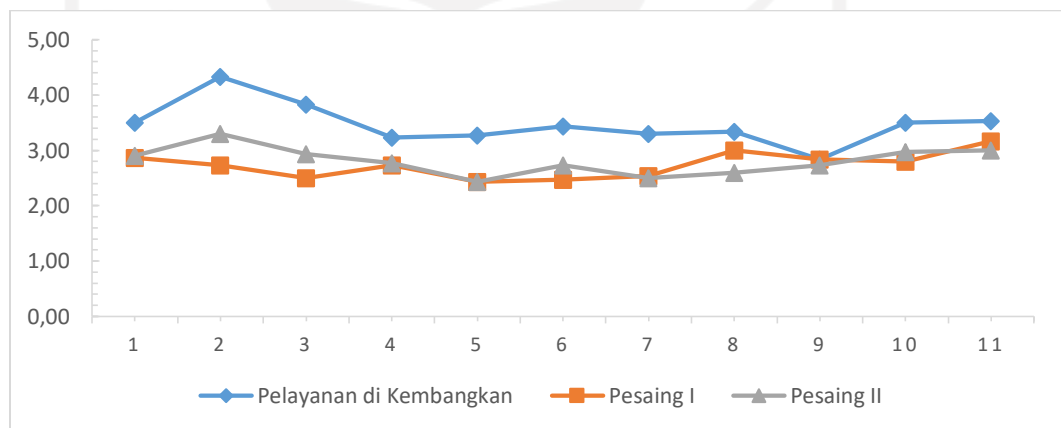
kab. Sorong. Nilai posisi produk yang akan dikembangkan dan produk-produk pesaing dapat dilihat pada Tabel 4.13 nilai posisi produk.

No	Kebutuhan Konsumen	Pelayanan di kembangkan	Pesaing 1	Pesaing 2
1	Kenyamanan ruang tunggu dan pelayanan Kurir Cendana (bersih, Suhu ruangan baik, ketersediaan sarana hiburan tv, dll)	3,50	2,87	2,90
2	Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang.	4,33	2,73	3,30
3	Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang/ volume barang.	3,83	2,50	2,93
4	Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telfon maupun surel.	3,23	2,73	2,77
5	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen	3,27	2,43	2,43
6	Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman.	3,43	2,47	2,73
7	Adanya penentuan ganti rugi pada setiap proses pengiriman apabila terjadi masalah	3,30	2,53	2,50
8	Adanya jaminan untuk keamanan barang dengan harga yang sekarang	3,33	3,00	2,60

9	Adanya Layanan pengantaran paket ke konsumen dengan minimal harga/ berat barang tertentu secara gratis	2,83	2,83	2,73
10	Kesediaan staff dan karyawan dalam membantu pelanggan jika terjadi kesulitan	3,50	2,80	2,97
11	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan	3,53	3,17	3,00

Sumber: Hasil Perhitungan data Pesaing

Untuk melihat posisi produk yang akan dikembangkan dibandingkan dengan produk-produk pesaing dapat dilihat pada Gambar 4.4 grafik perbandingan produk yang akan dikembangkan dengan produk-produk pesaing.



Gambar 4.4 Posisi Produk yang akan dikembangkan

Selain pada grafik di atas, posisi produk yang akan dikembangkan terhadap produk pesaing dapat dilihat pada gambar yang didapat dari HOQ, dengan

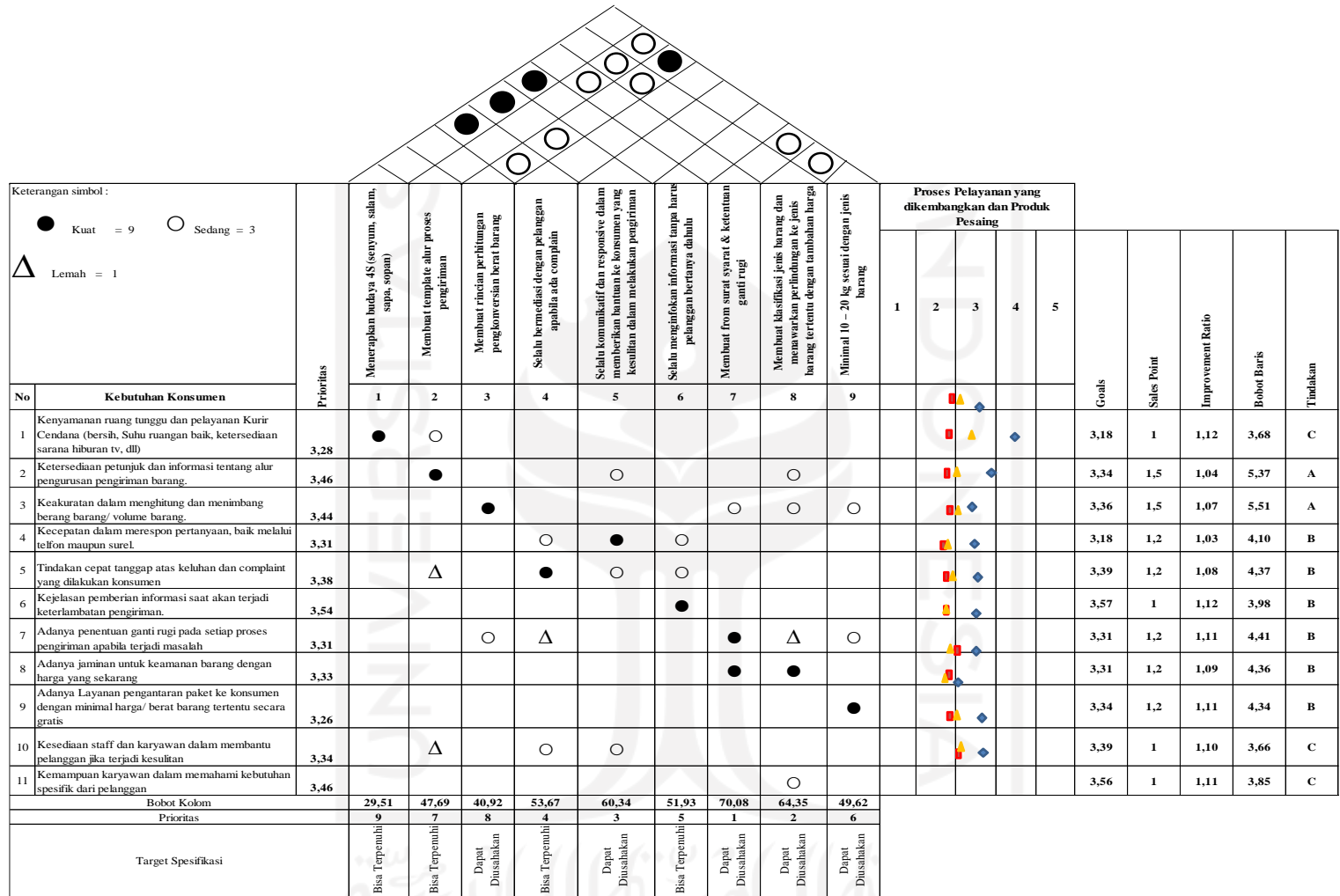
keterangan simbol (■) mewakili produk yang dikembangkan, simbol (▲) mewakili produk pesaing I, simbol (◆) mewakili produk pesaing II.

Tabel 4.14. Posisi Produk dengan Pesaing

No	Kebutuhan Konsumen	Proses Pelayanan yang dikembangkan dan Produk Pesaing				
		1	2	3	4	5
1	Kenyamanan ruang tunggu dan pelayanan Kurir Cendana (bersih, Suhu ruangan baik, ketersediaan sarana hiburan tv, dll)		■ ▲	◆		
2	Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang.		■ ▲	◆	◆	
3	Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang/ volume barang.		■ ▲	◆		
4	Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telfon maupun surel.		■ ▲	◆		
5	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen		■ ▲	◆		
6	Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman.		■ ▲	◆		
7	Adanya penentuan ganti rugi pada setiap proses pengiriman apabila terjadi masalah		■ ▲	◆		
8	Adanya jaminan untuk keamanan barang dengan harga yang sekarang		▲ ■	◆		
9	Adanya Layanan pengantaran paket ke konsumen dengan minimal harga/ berat barang tertentu secara gratis		▲ ■	◆		
10	Kesediaan staff dan karyawan dalam membantu pelanggan jika terjadi kesulitan		■ ▲	◆		
11	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan		■ ▲	◆		

4.5.7. Gambar Keseluruhan *House of Quality* (HOQ)

Setelah dilakukan berbagai analisis dan perhitungan, selanjutnya didapatkan *House of Quality* (HOQ) keseluruhan. Gambar *House of Quality* (HOQ) dapat dilihat pada Gambar 4.5 *House of quality* di bawah ini.



Gambar 4.5. House of Quality (HOQ) Jastip Kurir Cendana

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Analisis Servqual

5.1.1. Analisis Hasil Kuesioner

5.1.1.1. Uji Kecukupan Data

Pada uji kecukupan data kuesioner ini dengan menggunakan rumus Solvin dimana jumlah populasi sekali melakukan pengiriman jastip kurir cendana berjumlah 70 orang, dengan nilai eror/ toleransi sebesar 5% sehingga jumlah kuisisioner yang didapat yakni 60 kuesioner data dianggap cukup untuk mewakili sebagai sampel populasi konsumen jastip kurir cendana.

5.1.1.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Uji validitas dan reliabilitas data ini menggunakan excel yang hasilnya dapat dilihat pada tabel uji validitas dan tabel uji reliabilitas. Hasil dari perhitungan ini didapatkan hasil sebagai Rhitung dibandingkan dengan Rtabel. Dimana hasilnya semua menunjukkan hasil yang valid untuk uji validitas dan reliabel untuk uji reliabilitas maknya untuk keseluruhan atribut yang dipakai untuk menilai proses pelayanan jastip kurir cendana dapat digunakan untuk penelitian ini.

5.1.1.3. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah konsumen pengguna jasa pengiriman jastip kurir cendana dimana konsumen/ pelanggan ini sebagai

pengirim sekaligus penerima barang. Responden pada penelitian ini sebanyak 61 responden untuk menentukan tingkat kepuasan, harapan dan kepentingan dari pelanggan dan responden untuk menentukan posisi pelayanan jasa dengan pesaingnya sebanyak 30 responden.

5.1.1.4. Analisis Gap *Customer Satisfaction*

Analisis gap customer satisfaction dihitung dari nilai tingkat kepuasan dan tingkat harapan konsumen untuk menentukan kesenjangan kepuasan. Rata-rata gap untuk setiap atribut pertanyaan dapat dilihat hasilnya pada tabel untuk hasil perhitungan Gap *Customer Satisfaction* yang nantinya akan digabungkan dengan nilai gap *importance to customer*.

5.1.1.5. Analisis Gap *Importance to customer*

Analisis gap ini dihitung dari nilai tingkat harapan dan tingkat kepentingan konsumen untuk menentukan seberapa besar tingkat kepentingan atribut-atribut ini dalam memenuhi tingkat kepuasan konsumen. Rata – rata gap untuk setiap atribut dapat dilihat pada tabel hasil Perhitungan Gap *Importance to customer* yang nantinya digunakan untuk perhitungan nilai gap total yang akan digunakan pada metode qfd.

5.1.1.6. Analisis Gap Total Responden Jastip Kurir Cendana

Analisis gap total ini dihitung dari nilai Gap *Customer Satisfaction* dan Gap *Importance to customer* digunakan sebagai penentuan atribut-atribut apa saja yang menjadi krusial atau penting untuk ditingkatkan

dilihat dari rata-rata gap di setiap atribut. Atribut yang diambil yakni atribut yang memiliki nilai gap terbesar. Semakin besar gap yang ada menunjukkan kepuasan akan produk atau jasa tersebut perlu untuk dilakukan perbaikan (Wijaya, 2011). Perhitungan nilai gap ini dapat dilihat pada tabel hasil perhitungan gap total.

5.1.1.7. Analisis Grafik 4 Kuadran Jastip Kurir Cendana

Berdasarkan analisis grafik 4 kuadran terdapat importance performance pada service dimana ada 4 kuadran dimana yang menjadi fokus untuk dilakukan perbaikan yakni di kuadran A yaitu meliputi atribut yang dianggap sangat penting oleh pengguna namun pada kenyataan atribut ini belum sesuai kenyataan terdiri dari atribut ke 3,12,15,16,17,19,20,21 dan 22 dan kuadran C yaitu merupakan wilayah yang memuat atribut yang dianggap Cukup penting oleh pengguna dan pada kondisi sesungguhnya kinerjanya tidak cukup baik terdiri dari atribut ke 10 dan 24.

5.2. Analisis QFD

Quality Function Deployment (QFD) digunakan untuk menjabarkan secara jelas kebutuhan konsumen. Selain itu Quality Function Deployment (QFD) juga dapat digunakan mengevaluasi setiap sistematis kemampuan pelayanan yang berkaitan dengan pengaruh terhadap setiap kebutuhan konsumen. Alat yang digunakan dalam metode Quality Function Deployment

(QFD) yaitu House of Quality (HOQ). Berdasarkan identifikasi dan perhitungan dalam House of Quality (HOQ) didapatkan hasil sebagai berikut:

5.2.1. Kebututuhan Konsumen (What's)

Kebutuhan konsumen merupakan matriks what yang didapatkan dari analisis menggunakan metode Servqual, dalam metode Servqual terdapat 11 kebutuhan utama yang perlu dilakukan perbaikan yaitu Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman dan seterusnya dapat dilihat pada table Kebutuhan Konsumen Jastip Kurir Cendana.

5.2.2. Kebutuhan Teknis dan Target (How's)

Kebutuhan teknis adalah matriks how's yang merupakan terjemahan kebutuhan konsumen ke dalam kebutuhan teknis. Kebutuhan atau keinginan konsumen yang teridentifikasi selanjutnya diterjemahkan dalam bahasa teknis. Dengan diturunkannya berdasarkan informasi yang didapat untuk mengetahui aspek apa saja yang perlu dilakukan pengembangan. Dalam kebutuhan teknis didapatkan Sembilan kebutuhan teknis yang dapat dilakukan pengembangan oleh pihak Kurir Cendana. Kesembilan kebutuhan teknis daapt dilihat pada tabel Kebutuhan Teknik Jastip Kurir Cendana.

Untuk target spesifikasi kebutuhan teknis setelah berdiskusi dengan pihak Jastip Kurir Cendana, target spesifikasinya yakni bias terpenuhi dan dapat diusahakan. Untuk lebih detailnya dapat dilihat pada tabel Kebutuhan Teknik Jastip Kurir Cendana.

5.2.3. Hubungan Kebutuhan Konsumen dan Kebutuhan Teknis

Hubungan antara kebutuhan konsumen dan kebutuhan teknis dijabarkan dalam tiga tingkatan. Pada tingkatan pertama disebutkan bahwa hubungan bersifat kuat dengan nilai sembilan, level kedua bersifat sedang bernilai tiga, dan level terakhir bersifat lemah dengan nilai satu. Hubungan tersebut diidentifikasi oleh pihak Jastip Kurir Cendana. Untuk melihat dengan jelas kebutuhan konsumen dan kebutuhan teknis dapat dilihat pada gambar Hubungan Kebutuhan Konsumen dan Teknis Jastip Kurir Cendana.

5.2.4. Bobot Kolom dan Bobot Baris

Nilai bobot kolom didapatkan dari mengalikan setiap importance rating kebutuhan konsumen dengan nilai hubungan terhadap kebutuhan teknis. Didapatkan bahwa kebutuhan teknis tertinggi terdapat pada Kebutuhan Teknis point 7 yakni membuat from surat syarat- syarat dan ketentuan ganti rugi dengan nilai 70,08 dan terdapat pada kebutuhan teknis point 8 yaitu membuat klasifikasi jenis barang dan menawarkan perlindungan ke jenis-jenis barang dengan adanya tambahan harga dengan nilai 64,35. Dan dapat dilihat pada tabel perhitungan bobot kolom Jastip Kurir cendana.

Sedangkan nilai bobot baris atau *raw weight* digunakan untuk menunjukkan tingkat prioritas pengambilan tindakan untuk memperbaiki pelayanan Jastip Kurir Cendana. Untuk nilai bobot terbesar yakni Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang/ volume barang sebesar 5,51 dan Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan

pengiriman barang sebesar 5,37. Hasil lainnya dapat dilihat pada tabel Perhitungan bobot baris jastip Kurir Cendana.

5.2.5. Goals, Sales Point dan Improvement Ratio

Nilai goals didapat dari hasil tingkat kepuasan konsumen yang akan digunakan pada HOQ. Untuk nilai goals yang digunakan dapat dilihat pada tabel Nilai Goals Untuk Jastip Kurir Cendana.

Pada sales point ini didapat dari hasil diskusi dengan pihak jastip kurir cendana dengan menggunakan nilai bobot sales point 1, 1,2, dan 1,5. Untuk detail pembagian bobot sales point dapat dilihat pada tabel Sales Point untuk digunakan Jastip Kurir Cendana.

Nilai improvement ratio ditujukan untuk mengetahui target yang ditetapkan pengembang memenuhi keinginan konsumen atau tidak. Dimana dilihat dari hasil perhitungan tersebut jika poin yang diperoleh lebih dari satu maka target tersebut masih lebih besar dari kepuasan pelayanan yang sebenarnya. Namun jika poin yang diperoleh lebih kecil dari satu artinya perbaikan yang dilakukan telah dilaksanakan dengan baik. Untuk hasil perhitungan IR dapat dilihat pada tabel Perhitungan Nilai IR untuk Jastip Kurir Cendana.

5.2.6. Posisi Produk Pelayanan Jastip dengan Pesaing

Analisa posisi produk pelayanan dengan pesaing untuk mengetahui berada dimana posisi proses pelayanan pengiriman ini yang perlu dikembangkan dengan proses pelayanan dari para pesaingnya. Dari hasil

penelitian dan perhitungan data posisi produk dengan pesaing yang terdiri dari 9 atribut dengan responden sebanyak 30 orang di 2 jastip yaitu jastip amanah dan jastip zea sorong dapat dilihat pada tabel posisi produk dengan pesaing dimana dari tabel tersebut pengguna jastip sangat mendukung untuk di kembangkan dan diterapkan pada jastip kurir cendana, untuk 9 atribut yang digunakan.

5.2.7. House of Quality (HOQ) Jastip Kurir Cendana

Berdasarkan hasil perhitungan HOQ terdapat beberapa kriteria yang menjadi prioritas untuk di perbaiki yakni kebutuhan konsumen no 2 dan 3 dengan nilai prioritas A (5,37) dan A (5,51) yaitu Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang dan Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang barang/ volume barang. Dengan memfokuskan pada kedua point ini, point lainnya akan terpenuhi.

5.2.8. Pengembangan Strategi Pelayanan Pengiriman Jastip Barang

Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan data yang telah dilakukan pada Jastip Kurir Cendana dengan menggunakan metode servqual dan qfd untuk desain strategi dalam meningkatkan proses pelayanan pengiriman barang jastip kurir cendana yakni pada ketersediaan petunjuk yang kurang detail dan keakuratan pada penimbangan barang adapun strategi yang peneliti berikan yakni pada Jastip Kurir Cendana yaitu :

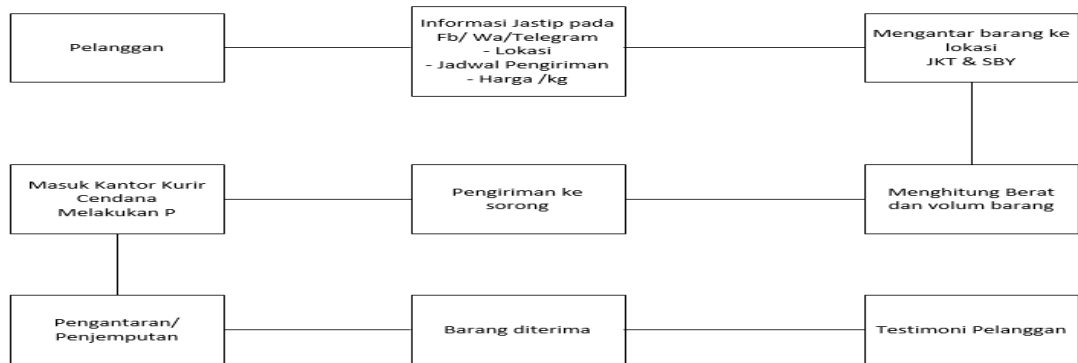
1. Memperbaiki alur petunjuk proses pengiriman dari awal hingga akhir untuk pelayanan yang diberikan jastip kurir cendana dengan menambahkan proses yang belum ada sesuai dengan hasil penelitian yang didapat.

Alur kegiatan tentang bagaimana proses pelayanan jasa akan dikonsumsi / digunakan sebagai elemen penting dari strategi pemasaran bisnis jasa anda. Semuanya harus berjalan dengan lancar tanpa kendala untuk menjaga kepercayaan pelanggan Anda (Jurnal Entrepreneur).

Proses alur awal Jastip Kurir Cendana.

1. Pelanggan pemilik barang siap kirim.
2. Pelanggan mencari informasi ke jastip kurir cendana melalui whatsapp / facebook untuk menanyakan lokasi kantor pengiriman, jadwal keberangkatan kapal dan harga.
3. Pelanggan mengkonfirmasi dan mengirimkan barang yang akan dikirim ke lokasi pengiriman baik melalui online maupun langsung ke lokasi pengiriman.
4. Petugas jastip menghitung volume dan berat barang dan jenis barang.
5. Melakukan pengiriman dengan kapal putih.
6. Barang masuk ke kantor kurir cendana sorong kemudian menginformasikan ke pelanggan barang telah sampai dengan jumlah biayanya.
7. Petugas mengkonfirmasi ke pelanggan barangnya mau di antar dengan ongkos kirim sekian atau mau di ambil sendiri di kantor.
8. Barang telah diterima pelanggan
9. Testimoni dari pelanggan yang menggunakan jasa jastip kurir cendana.

Alur prosesnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



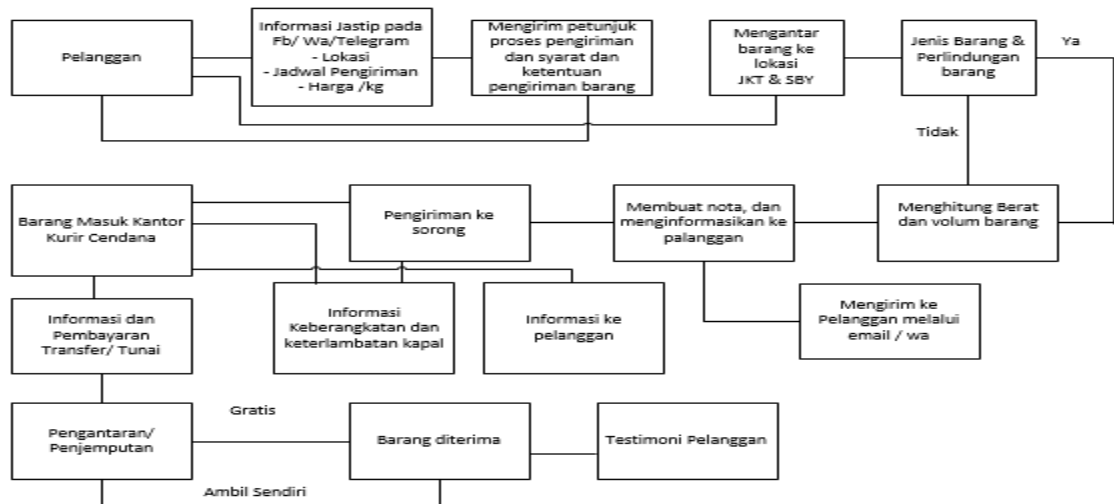
Gambar 5.1. Proses alur pengiriman awal jastip kurir cendana

Proses alur Pengiriman Jastip Kurir Cendana setelah dianalisis yaitu:

1. Pelanggan mencari informasi ke jastip kurir cendana melalui whatsapp / facebook untuk menanyakan lokasi kantor pengiriman, jadwal keberangkatan kapal dan harga.
2. Petugas jastip mengirimkan *rule books* ke pelanggan untuk proses pengiriman.
3. Pelanggan mengkonfirmasi dan siap mengirim barang ke lokasi kantor pengiriman.
4. Petugas menginformasikan jenis barang ke pelanggan untuk barang yang mudah pecah/ rusak dan menawarkan jasa perlindungan seperti paking kayu.
5. Menghitung jumlah volume dan berat barang
6. Membuatkan nota pengiriman dan mengirimkan ke pelanggan saat barang telah berada di atas kapal.

7. Melakukan pengiriman ke sorong melalui kapal putih (Pelni), apabila terjadi keterlambatan keberangkatan pihak petugas jastip yg dilokasi pengiriman memberitahukan ke petugas di sorong kemudian menginfokan ke pelanggan langsung.
8. Barang semua masuk ke kantor jastip di sorong
9. Petugas menginformasikan ke pelanggan, dan menginfokan jenis pembayaran apakah tunai / transfer.
10. Pengantaran barang mau melalui petugas kurir akan di kenakan biaya pengiriman kecuali barang yang dikirim melebihi dari 20 kg pengantaran gratis atau mengambil sendiri di lokasi kantor.
11. Barang diterima dengan baik oleh pelanggan kemudian mengisi testimony tentang pelayanan pengiriman jastip kurir cendana.

Alur prosesnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 5.2. Alur Proses Pengiriman Jastip Kurir Cendana setelah di Analisis

Dengan diperbaikinya alur proses pelayanan pengiriman barang jastip kurir cendana diharapkan dapat memudahkan pengguna jastip kurir cendana dalam memilih jastip ini dan menggunakannya.

2. Perbaikan untuk keakuratan penimbangan berat dan volume barang yaitu memberikan hasil perhitungan konversi dari perhitungan volume barang pada nota pengiriman/ pembayaran sehingga lebih transparan ke pelanggan jastip kurir cendana dapat dilihat pada gambar nota perhitungan timbangan dan harga pengiriman jastip kurir cendana dibawah ini.

Nota Pembayaran										
Nama Pengirim :			Asal Barang :			Tanggal Keberangkatan :				
Alamat :			Tujuan Barang :			Waktu Tiba :				
No Hp :			Nama Penerima :			No Hp Penerima :				
No	Jenis Barang	Volum/ 4.000			Total Kg	Ongkir min 20 Kg	Pelindungan Barang	Jumlah	Keterangan	
		P	L	T					Transfer	Tunai
Total										
Nominal Rupiah Terbilang										

Kab/ Kota, Tanggal...../...../ 2021

Petugas Kurir Cendana

Penerima

(.....)

(.....)

Gambar 5.3. Nota Perhitungan timbangan dan harga pengiriman Jastip Kurir cendana

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini yaitu:

1. Pada penelitian ini menggunakan 2 metode yaitu service quality (servqual) dan Qfd. Servqual sendiri digunakan untuk menentukan atribut – atribut pelayanan dengan menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu Tangible, Reliability, Responsiveness, Ansurance dan Empathy. Sedangkan Qfd digunakan untuk mendesain HOQ dalam upaya peningkatan proses pelayanan pengiriman barang jastip ini.
2. Pengumpulan data ini menggunakan kuesioner yang dibagikan ke 61 konsumen Jastip Kurir Cendana dimana rata – rata pengguna adalah olshop, toko pakaian, toko sembako, toko minuman dll.
3. Terdapat 11 atribut yang memiliki nilai gap tertinggi yang sesuai dengan matrix 4 kuadran yang terdiri dari 9 poin pada kuadran A yaitu Atribut 3,12,15,16,17,19,20,21,22 dan 2 point pada kuadran C.yakni Atribut 10 dan 24.
4. Desain produk menggunakan HOQ dari 11 atribut yang digunakan yang menjadi perhatian terpenting adalah atribut yaitu Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang.dan Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang/ volume barang. Dari 2 atribut ini

sudah mewakili ke 9 atribut lainnya dalam meningkatkan pelayanan dari Justip Kurir Cendana.

6.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, perlu diperhatikan hal-hal berikut:

1. Diharapkan hasil penelitian ini menjadi masukan bagi Jastip Kurir Cendana dalam merancang layanan yang akan diberikan kepada pelanggan sesuai dengan skala prioritas yang sudah diperoleh.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan aspek layanan atau aspek teknis yang belum dibahas dalam penelitian ini dengan metode yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas S. 2013. *Manajemen Transportasi* (1 ed). Jakarta: Rajawali Pers.
- Almanditya, D. R., Harsono, A., & Rukmi, H. S. 2015. Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Menggunakan Metode Servqual. *Jurusan Teknik Industri Itenas*. Vol.3, No. 3, Pp. 15 – 26.
- Azizah, I. N., Lestari, R. N., & Purba, H. H. 2018. Penerapan Metode Quality Function Deployment dalam Memenuhi Kepuasan Konsumen pada Industri Komponen Otomotif. *Jurnal Teknik Industri*. Vol. 19, No. 2, Pp. 127-136.
- Baki, Birdogan., Basfirinci, C. S., Cilingir, Z., & AR Murat, I. 2009. An application of integrating SERVQUAL and Kano's model into QFD for logistics services", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 21, No. 1, pp. 106 – 126.
- Benjabutr B. 2013. *How to use kano model for requirement assessment*. Diakses 10 Agustus 2020. Tersedia di: www.supplychainopz.com/2013/02/kano-model.html
- Bora, M. A., Sanusi., & Isdar Andi. 2018. Desain Produk Jasa Layanan Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) Di Rusun Fanindo. *Jurnal Kreatif Industri*. Vo. 2, No. 2, Pp. 37 – 50.
- Bottani, E., & Rizzi, A. 2006. Strategic Management of Logistics Service: A Fuzzy QFD Approach. *Int. Journal Economics*. Vol. 103, Pp. 585 – 599.
- Buchari, E. 2015. Transportation Demand Management: a Park and Ride System to Reduce Congestion in Palembang City Indonesia. *Procedia Engineering*. Vol. 125, Pp. 512- 518.
- Chairuddin, I., & Hanifah. 2014. Transporter Selection Based on Supply Cahin Management (SCM) Criteria Using Analytical Hierarchy Process (AHP). *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*. Vol. 01, No. 01, Pp. 75- 84.
- Collins, J. S., & Diansari, M. 2018. Connectivity Optimization Through the Development of Feeder Ports for Small Island in Indonesia. *Bappenas Working Papers*. Vol. 01, No. 02, Pp. 248- 263.

- Dewa, S. 2016. Moda Alternatif Pada Pendistribusian Angkutan Petikemas di Pelabuhan Sukarno Hatta. *Jurnal Riset Teknologi Kelautan*. Vol. 14, No. 01, Pp. 141- 150.
- Donoriyanto, D. Sukma. (2012). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang dengan Metode Servqual dan QFD di PT APAS. Teknik Industri. Jawa Timur
- Entrepreneur Jurnal. 2020. Strategi Pemasaran Jasa: Pengertian dan Penerapannya. Diakses 1 November 2021. Tersedia di: <https://www.jurnal.id/id/blog/cara-sukses-strategi-pemasaran-jasa/>
- Fatmawati, E., Cikusin, Y., & Sekarsari, R. W. 2019. Evaluasi Dampak Kebijakan Pemerintah No. 12 Pasal 21 Tahun 2013 Tentang Transportasi Laut. *Jurnal Respon Publik*. Vol. 13, No. 05, Pp. 66- 71.
- Gupta P., dan Srivastava R., K. 2014. Analysis of customer satisfaction of the hotel industry in India using Kano. *International Journal Of Research In Commerce, It & Management* . Vol. 2, issue 1, hal. 74-82.
- Gurnado, R. B. 2014. *Geografi Transportasi* (1 ed). Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Hartono, M., Santoso, A., & Prayoga, D. N. 2017. HOw Kansei Engineering, Kano And Qfd Improve Logistics Services. *International Journal of Technology (IJTech)*. Vol.8, No.6, Pp. 1070-1081.
- Hilmansyah, D. 2016. Integrasi Metode Service Quality, Kano Model Dan Quality Function Deployment Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Sekolah Staf Dan Komando Angkatan Laut. *Jurnal Peahanan dan Bela Negara*. Vol. 6, No. 1, Pp. 193-223.
- Huang J. 2017. Application of kano model in requirements analysis of y company consulting project. *American Journal Of Industrial And Business Management* . Vol. 7, hal. 910–918.
- Indra, A. s. N., Rukmayadi, D. 2019. Analisa Atribut Dan Pengembangan Produk Croissant Pada Pt.Xyz Dengan Metode Kano Dan Quality Function Deployment. *Seminar Nasional Sains dan Teknologi 2019. Universitas Muhammadiyah Jakarta*. 16 Oktober 2019. 1-8.

- Juniati, H. 2017. Effect of Multimoda Transport Trought Commudity Disparity in West Papua Province. *Jurnal Transportasi Multimoda*. Vol. 15, no. 01. Pp. 39-52.
- Kadarisman, M., Yuliantini., & Majid, S. A. 2016. Policy Formulation of SEA Transportation System. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*. Vol. 03, No. 02, Pp. 161- 183.
- Li-li Z. 2011. Research on requirement for high-*Quality* model of extreme programming. *Innovation Management and Industrial Engineering*. Vol. 1, hal. 518–522.
- Lin, Yong., & Pakkarinen, S. 2011. QFD Based Modular Logistics Service Design. *Journal of Business & Industrial marketing*. Vo. 26, Ni. 5, Pp. 344- 356.
- Mulyono, A. T. 2016. Ketimpangan Produksi Angkutan Barang Dan Penumpang Tiap Moda Transportasi Jalur Utama Pantura Jawa. *Jurnal HPJI*. Vol. 02, No. 02, Pp. 71- 78.
- Nur, H. I., Achmadi, T., & Fahmi, A. 2017. Transport Model of Multimodal Salt Distribution: Case Study of Madura Island. *Jurnal Aplikasi Pelayaran & Kepelabuhan*. Vol. 08, No. 01, Pp. 69- 77.
- Oktaviana, M. G., Sulistio, H., & Wicaksono, A. 2011. Strategi Pengembangan Transportasin Antara Wilayah di Provinsi Papua Barat. *Jurnal Rekayasa Sipil*. Vol. 05, No. 03, Pp. 180- 190.
- Oktaviani, N., Merlina, N., & Nurmalasari. 2018. Pemilihan Jasa Pengiriman Terbaik Menggunakan Metode SAW. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*. Vol.6, No. 4, Pp. 223- 229.
- Parhusip, Marlina. Putro, Tri Sukirno & Setiawan, Deny. (2017). Analisis Permintaan Terhadap Jasa Pengiriman Pada PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Tujuan Pekanbaru-Jakarta Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa*, Vol. 1, No. 1, Pp. 1-11.
- Peceni, L., Mesko, P., Kampf, R., & Gasparik, J. 2020. Optimisation in Transport snf Logistic Processes. *Transportation Research Procedia*. Vo. 44, Pp. 15- 22.

- Pranada, Y., Lucitasari, D., & Khannan, M. S. A. 2019. Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*. Vol. 12, No. 1, Pp. 1-11.
- Purnama, N. 2006. *Manajemen Kualitas - Perspektif Global*. Edisi Pertama. Yogyakarta :Ekonisia.
- Putri, A., Effendi, U., & Effendi, M. 2015. Strategic Planning Analysis Of Service Quality Improvement With Quality Function Deployment (Qfd). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*. Vol. 4, No. 1, Pp. 41-52.
- Puspitasari, R. 2015. Analisis kualitas pelayanan cikarang dry port dengan metode importance performance analysis dan kano. *Jurnal penelitian transportasi multimoda*. Vol 13, No. 03,Pp. 121-134.
- Rachman, M., & Andriyani. 2012. Analisis Metode Servqual Pada Jasa Pengiriman Barang Ekspres” Yakin Esok Sampai” Study Kasus PT. JNE Semarang. *Journal of Management*. Vol 1 No.2,Pp. 403-414.
- Rizaldy, W., Majid, S. A., & AN Charles. 2015. The Effectiveness of Warehouse Utilization at Soekarno-Hatta International Airport. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*. Vol. 02, No. 01, Pp. 35- 58.
- Rusu, L. L. 2015. Economic efficiency of sea transport. Case study: Constanta – Galati. *Procedia Economic and Finance*. Vol. 32, Pp. 1598- 1607.
- Sabatini, L. N., Ardiana, I M., & Prasetya, O. 2016. Customer Loyalty of Freight Forwarding Company. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*. Vol. 03, No. 03, Pp. 299- 308.
- Santoso, E. B., Kurniawati, U. F., & Dewanti, A. N. 2014. Development Factors of Shipping Industry Special Zone to Support Regional Innovation System. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol. 15, No. 02, Pp. 141- 151.
- Saputri, A. I. A. 2020. Efektivitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pt. Multipindo Gilang Makmur Cabang Banjarmasin. Di akses 1 November 2021. Tersedia di: <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/1808/1/ARTIKEL..pdf>
- Sihombing, S., & Firera, G. 2014. Warehouse Selection for Storage of Finished

- Goods. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*. Vol. 01, No. 01, Pp. 51-62.
- Sutoni, A., & Ramadian, P. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen Dan Pengembangan Produk Menggunakan Metode Kano Dan House Of Quality. *Seminar dan Konferensi Nasional IDEC 2019. Surakarta, 2-3 Mei 2019*. 1-10.
- Tan, K.C. & T.A. Pawitra. 2001. Integrating Servqual and Kano's Model into QFD for Service Excellence Development. *Managing Service Quality*. Vol. 11, No.6, Pp.418-430.
- Triyani, D., Widodo., Lasse, D. A., & Hasan, H. 2017. Customer Relationship Management and Port Performance. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*. Vol. 04, No. 01, Pp. 59- 74.
- Ulrich K., dan Eppinger d., S. 1995. *Product design and development*. Edisi Pertama. Singapore : Tata McGraw Education
- Walden D. 1999. Kano's Method For Understanding *Customer-defined Quality*. *Center For Q Uality Of Management* . Vol. 2, Issue 4, hal 2-28.
- Widodo, I, D. 2003. *Perencanaan dan Pengembangan Produk*. Edisi Pertama. Yogyakarta: UII-Press
- Wijaya T. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Edisi Pertama. Jakarta : PT Indeks.
- Wiweko, A., Thamrin, M., & Edi, D. W. 2015. The Effect of Vessel Seaworthiness and Crew's Competence on Marine Safety. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*. Vol. 02, No. 03, Pp. 287- 296.
- Yanti, F., & Murni, T. 2019. Integrasi Servqual dan Model Kano ke Dalam Qfd Pada Pengukuran Kualitas Pelayanan Paket Pos Di PT. Pos Indonesia Cabang Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. Vol. 24, No. 3, Pp. 262 – 273.
- Zahroni. 2017. *Logistics & Supply Chain* (1ed). Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing.
- Zahroni.2019. *Circle of Logistics* (2ed). Jakarta: Prasetiya Mulya Publishing.

Lampiran – Lampiran

Penelitian Terdahulu

No	Judul	Nama Peneliti	Keterangan Penelitian
1	Desain Produk Jasa Layanan Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (Qfd) Di Rusun Fanindo	Bora. M. A., Sanusi., & Isdar. A.	Tujuan: untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Karena dengan adanya kualitas layanan pengelola yang baik akan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan yang tentunya akan berdampak positif terhadap citra rumah susun Fanindo Batam. Metode: Qfd
2	Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Dengan Metode Servqual dan Qfd di PT. Apas	Donoriyanto. D. S	Tujuan: peningkatan kualitas pelayanan terhadap konsumen sangat penting dan dapat berpengaruh besar pada perusahaan. Dengan adanya permasalahan tersebut, PT.APAS berupaya untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanannya dan berupaya untuk meningkatkan kualitas pengiriman barang demi mencapai kepuasan pelanggan. Metode: Servqual dan Qfd
3	Analisa Atribut Dan Pengembangan Produk Croissant Pada Pt.Xyz Dengan Metode Kano Dan Quality Function Deployment	Indra. A. S. N., & Rukmayadi. D.	Tujuan: untuk menentukan atribut yang harus diperbaiki dalam pengembangan produk dengan metode Kano dan analisa pengembangan produk dengan respon teknis dan matriks pendekatan metode QFD. Metode: Qfd
4	Analisis Kepuasan Konsumen Dan Pengembangan Produk Menggunakan Metode Kano Dan House Of Quality	Sutoni. A., & Ramadian. P.	Tujuan: Kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk adalah tingkat perasaan seseorang setelah mendapatkan hasil yang dirasakannya dengan harapannya dari suatu produk. Dalam penelitian ini terkait dengan harapan/keinginan konsumen terhadap kualitas produk “baso kulub”. Metode: Kano dan Qfd
5	Integrasi Servqual dan Model Kano ke Dalam Qfd Pada Pengukuran Kualitas Pelayanan Paket Pos Di PT. Pos Indonesia Cabang Bengkulu	Yanti. F., & Murni. T.	Tujuan: mengetahui kualitas tingkat layanan paket pos di PT. Pos Indonesia Cabang Bengkulu dan mengetahui kriteria apa saja yang harus diperbaiki dan ditingkatkan dengan menggunakan metode SERVQUAL(Kualitas Layanan), Kano Model dan penyebaran kualitas fungsi. Penelitian ini menggunakan metode gabungan, terdiri dari SERVQUAL(Kualitas Layanan), Model Kano, dan Penyebaran Fungsi Kualitas (Quality Function Deployment/QFD). Metode: Servqual, Kano dan Qfd
6	Strategic Planning Analysis Of Service Quality Improvement With Quality Function Deployment (Qfd)	Putri. A., Effendi. U., & Effendi. M.	Tujuan: mengetahui perencanaan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang dapat diterapkan oleh UKM Mawadah Ratu dengan metode Quality Function Deployment (QFD). Metode: Qfd

7	Penerapan Metode Quality Function Deployment Dalam Memenuhi Kepuasan Konsumen Pada Industri Komponen Otomotif	Azizah. I. N., Lestari. R., & Purba. H. H.	Tujuan: Industri manufaktur yang memproduksi komponen otomotif saat ini perlu melakukan kajian untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan masih terdapat klaim pelanggan terkait kualitas dan pengiriman produk. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka pada penelitian ini melakukan analisa kepuasan pelanggan menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD). Metode: Qfd
8	HOW Kansei Engineering, Kano And Qfd Improve Logistics Services	Hartono. M., Santoso. A., & Prayoga. D. N.	Tujuan: menjadikan penyedia jasa logistik (dikenal dengan thirdparty logistic) memiliki porsi yang menguntungkan dalam rantai pasok internasional dan domestik. Terkait persaingan yang sangat ketat, layanan logistik harus mampu memberikan kepuasan pelanggan baik secara kognitif maupun afektif. Dalam sudut pandang operasional, kepuasan pelanggan dan nilai-nilai seumur hidup yang ditawarkan merupakan atribut penting bagi keberhasilan layanan logistik. Metode: Kensei Engineering, Kano dan Qfd.
9	An Application Of Integrating Servqual And Kano's Model Into Qfd For Logistics Services A Case Study From Turkey	Baki. B., Basfirinci. C. S., Cilingir. Z., & AR. Murat.I.	Tujuan: memberikan solusi baru untuk upaya kualitas layanan perusahaan kargo dengan mengintegrasikan metodologi ilmiah yang berbeda. Desain / metodologi / pendekatan - Kekuatan dan kelemahan layanan logistik dari perusahaan kargo terkenal di Turki. Metode: Servqual, Kano dan Qfd
10	Service Design Blueprint Approach Incorporating Triz And Service Qfd For A Meal Ordering System: A Case Study	Wang. Y., Lee. C., & Trappey. A.J.C	Tujuan: Studi ini menerapkan konsep layanan produksi berbasis cloud untuk membentuk model pemesanan yang scalable dan interoperable untuk restoran swalayan. Metode: TRiz dan Qfd
11	Integrating Servqual And Kano Model Into Qfd For Service Excellence Development	Tan. K. C., & Pawitra. T. A.	Tujuan: Mengusulkan pendekatan terintegrasi yang melibatkan sERVQUAL, model Kano, dan penyebaran fungsi kualitas. Pendekatan tersebut bertujuan untuk membantu organisasi mengevaluasi kepuasan pelanggan, untuk memandu upaya perbaikan dalam memperkuat atribut lemah mereka, dan untuk mempercepat pengembangan layanan inovatif melalui identifikasi atribut yang menarik dan menanamkannya ke dalam layanan di masa depan. Metode: Servqual, Kano dan Qfd
12	Strategic Management Of Logistic Service: A Fuxxy Qfd Approach	Bottani. E., & Rizzi. A.	Tujuan: untuk mengusulkan pendekatan orisinal untuk manajemen layanan pelanggan. Pendekatan ini didasarkan pada penerapan fungsi kualitas (QFD), sebuah metodologi yang telah berhasil diadopsi dalam pengembangan produk baru. Metode: Qfd
13	Qfd Based Modular Logistics Service Design	Lin. Y., & Pekkarinen. S.	Tujuan: bertujuan untuk mengembangkan kerangka desain layanan logistik berbasis QFD (quality function deployment) untuk

			<p>mengintegrasikan teknik HOQ (house of quality) dan logika modular untuk membantu dalam merancang layanan logistik dengan kualitas tinggi dan variasi layanan yang besar.</p> <p>Metode: Qfd</p>
14	Integrasi Metode Service Quality, Kano Model Dan Quality Function Deployment Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Sekolah Staf Dan Komando Angkatan Laut	Hilmansyah. D.	<p>Tujuan: agar dapat meningkatkan kualitas layanan SESCOAL yang berkelas dunia diperlukan perhitungan, penentuan dan perencanaan dengan baik, sehingga dipilih penggunaan metode kualitatif dan kuantitatif secara kombinasi dengan menggunakan tools analysis yang dapat digunakan untuk merencanakan kebutuhan atau kepuasan konsumen, dalam hal ini Pasis mancanegara yang merupakan calon pemimpin masa depan di negaranya masing-masing</p> <p>Metode: Servqual, Kano dan Qfd</p>
15	Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan	Prananda. Y., Lucitasari. D. R., & Khannan. M.S. A.	<p>Tujuan: Kualitas layanan untuk menjadi tolak ukur utama perusahaan di industri perhotelan. Kualitas layanan yang baik akan membuat hotel tersebut menjadi kompetitif dan akan menjadi pilihan konsumen ketika mencari tempat untuk menginap</p> <p>Metode: Servqual</p>
16	Analisis Metode Servqual Pada Jasa Pengiriman Barang Ekspres “Yakin Esok Sampai” (Studi Kasus Pada Pt Jne Semarang)	Rachman. M & Andriyani	<p>Tujuan : 1. menganalisis tingkat kepuasan nasabah atas layanan jasa pengiriman ekspres “YES” JNE Regional Kota Semarang; 2. mengidentifikasi variabel layanan jasa pengiriman “YES” yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen JNE Regional Kota Semarang; 3. Mengidentifikasi atribut layanan yang perlu diprioritaskan untuk meningkatkan kepuasan konsumen layanan jasa pengiriman 31arangay ekspres “YES” atas layanan JNE Regional Kota Semarang</p> <p>Metode : Service Quality (Servqual)</p>
17	Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Atau Paket Menggunakan Metode Service Quality	Almanditya. D. R., Harsono. Ambar & Rumki. H. S.	<p>Tujuan: untuk meningkatkan kualitas jasa pengiriman termasuk surat, dokumen, barang dan paket dengan menggunakan Service Quality (SERVQUAL).</p> <p>Metode: Service Quality (Servqual)</p>
18	Pemilihan Jasa Pengiriman Terbaik Menggunakan Metode Simple Additive Weighting (SAW)	Oktaviani. N., Merlina. N., & Nurmalasari	<p>Metode: Mempermudah para pengguna online shop dalam memilih jasa pengiriman dan Menerapkan metode Simple Additive Weighting (SAW) untuk pemilihan jasa pengiriman terbaik.</p> <p>Metode: Simple Additive Weighting (SAW)</p>

Lampiran Kuisisioner Penelitian

Kuisisioner Penelitian

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya M. Arief Nur Wahyudien, mahasiswa program studi Magister Teknik Industri Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta sedang melakukan penelitian dengan judul "Design Produk Pelayanan Jasa Proses Pengiriman Barang Dengan Metode Servqual, Kano Dan Qfd". Kuisisioner ini bertujuan untuk mendesain dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa pengiriman barang domestik baik melalui transportasi laut dan udara pada perusahaan Jastip(Jasa Titip Barang) Sorong.

Terdapat dua poin pada kuisisioner ini.

Pada poin 1, harap mengisikan identitas diri saudara/i.

Pada poin 2, berisi atribut- atribut penelitian serta kriteria penelitian sebagai berikut:

1. Tingkat Kepuasan Pelayanan Jastip

Untuk menentukan seberapa puas anda dalam menggunakan jasa pengiriman barang dengan kriteria dan skala penilaian di bawah ini.

Adapun Skala yang digunakan yakni 1 - 5 skala

Skala 1: Sangat tidak Puas Sekali.

Skala 2: Tidak Puas.

Skala 3: Cukup Puas

Skala 4: Sangat Puas

Skala 5: Sangat Puas Sekali

2. Tingkat Harapan Pelayanan Jastip

Untuk menentukan harapan pelanggan terhadap pelayanan jasa pengiriman barang untuk ditingkatkan dengan kriteria dan skala penilaian di bawah ini.

Adapun Skala yang digunakan yakni 1 - 5 skala

Skala 1: Sangat Tidak Setuju.

Skala 2: Tidak Setuju.

Skala 3: Cukup Setuju

Skala 4: Setuju

Skala 5: Sangat Setuju Sekali

3. Tingkat Kepentingan Pelayanan Jastip

Untuk menentukan seberapa penting atribut/ pertanyaan di bawah untuk di tingkatkan dengan kriteria dan skala penilaian di bawah ini.

Adapun Skala yang digunakan yakni 1 - 5 skala

Skala 1: Sangat Tidak Penting

Skala 2: Tidak Penting.

Skala 3: Cukup Penting

Skala 4: Sangat Penting

Skala 5: Sangat Penting Sekali

* Required

Nama *

Your answer

Harap isi bidang ini.

Jenis Usaha Anda

Your answer

Asal Daerah *

Your answer

Email *

Your answer

Apakah anda pernah menggunakan jasa pengiriman barang Jastip Kurir Cendana (Jasa Penitipan Barang) *

- Ya
- Tidak

Jasa pengiriman apa yang pernah saudara pakai (nama dan jenis)

Your answer



Tangible

Tangible

Kemudahan mengakses website JASTIP *

	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bagaimana Keakuratan informasi yang diberikan oleh Perusahaan Jastip (meliputi status barang, tracking, dan keberangkatan dan kedatangan barang). *

	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Bagaimana Kenyamanan ruang tunggu Kantor Jastip (bersih, Suhu ruangan baik, ketersediaan sarana hiburan tv, dll) *

	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang. *

	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

⋮

Lokasi kantor JASTIP mudah di temukan *

	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Reliability > ⋮

Description (optional)

Pengiriman barang tepat waktu, akurat dan sesuai jadwal *

	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Biaya pengiriman murah dan proses pembayara mudah *

	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Keamanan barang terjamin dan diperhatikan dengan baik oleh Perusahaan Jastip *

	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Persyaratan pengiriman jastip tidak memberatkan pengguna jasa (barang elektronik dan barang yang mudah rusak). *

	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

⋮

Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang barang/ volume barang. *

	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Responsivennes ✕ ⋮

Description (optional)

Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telfon maupun surel. *

	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ketersediaan notifikasi mengenai shipment progres. *					
	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
:::					
Kemudahan dan kecepatan dalam sistem pembayaran *					
	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi. *					
	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen *					
	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Assurance					
Description (optional)					
Keamanan transaksi terjamin *					
	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman. *					
	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepercayaan pelanggan bahwa perusahaan Jastip berpengalaman dan professional untuk meng-handle barang kiriman mereka. *					
	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

الجمعة الإسلامية الأندلسية

Adanya penentuan ganti rugi pada setiap proses pengiriman apabila terjadi masalah *

	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Adanya jaminan untuk keamanan barang dengan harga yang sekarang *

	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Empathy ✕ ⋮

Description (optional)

Kesediaan staff dan karyawan dalam membantu pelanggan jika terjadi kesulitan *

	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Pelayanan yang ramah dan sopan dari karyawan. *					
	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan *					
	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Komunikasi yang baik antara karyawan dan pelanggan. *					
	1	2	3	4	5
Kepuasan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harapan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepentingan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

الجمعة، ١٤٤٤هـ
 الجامعة الإسلامية
 البصرة

Lampiran Data Kuisioner yang disebar

Tim-stamp	Nama	Jenis Usaha Anda	Asal Daerah	Email	Apakah anda pernah me	Jasa pengiriman apa yang pernah
2/15/2021 15:13:04	Hanindyo wicaksono	Wirusaha	Sorong	Hanindyow16@yahoo.com	Ya	Gojek
2/15/2021 15:14:13	Asih Ahistasari	Tidak ada	Sorong	aaryahistasari@gmail.com	Ya	Jastip Udara dan Kapal Laut
2/15/2021 15:30:10	Lilis Fitri Handayani	Masakan Rumahan	Kota Sorong, Papua Barat	lilisfitrihandayani1@gmail.com	Ya	Jastip Barang Melalui Kapal
2/15/2021 15:32:33	Indah	Online food	Sorong	indpermata79@gmail.com	Ya	Jastip transportasi laut
2/15/2021 15:38:15	SITTY NUR INSI LATUCCO	SWASTA	AMBON	msilatuconsina95@gmail.com	Ya	Domestik - Transportasi laut
2/15/2021 15:57:12	Maliza	Baju	Sorong	malizafazira@gmail.com	Ya	kapal
2/15/2021 15:58:37	Siti Nur Kayatun	Online shop	Sorong	ashtersiti9@gmail.com	Ya	Ami jastip
2/15/2021 16:12:47	Dani	Pakaian	Papua	Danirakasiwi7@gmail.com	Ya	Kapal
2/15/2021 16:15:46	Nurwahyuni Ali	Online shop	Sorong	ayuniwahyuni007@gmail.com	Ya	JXU
2/15/2021 16:24:10	Neni Catur Setianingrum	Studio foto dan percetakan	Sorong Papua Barat	nenicatursetianingrum1922@gmail.com	Ya	Kapal Sorong - yogya
2/15/2021 16:25:13	SRI MURTINI	Online shop	Papua barat - kota sorong	Srimurtini652@gmail.com	Ya	Kurir jayabaya
2/15/2021 16:30:00	Anik	Health product	Sorong	helli.ani417@gmail.com	Ya	Kapal
2/15/2021 17:45:06	Samsul Hadi	Toko	Papua	Samsulbimus@gmail.com	Ya	SiCepat
2/15/2021 17:53:43	Nifsa Husein	Fashion	Sorong	nhfshusein@gmail.com	Ya	Jastip Kapal laut
2/15/2021 18:43:54	Cindra wasilah	Baju	Sorong	cindrawasilah12@gmail.com	Ya	Zea
2/15/2021 18:51:37	Mirga Maulana Rachmadhan	Tidak ada	Sorong	Mirga.rachmadhani@gmail.com	Ya	Jastip Sity
2/15/2021 19:56:30	Sahnian Iqbal	Tidak ada	Sorong, Papua Barat	sahnianiqbal41@gmail.com	Ya	Umum
2/16/2021 3:53:06	Dini Khusnul Khotimah	Online Shop Fashion	Sorong	dini.khusnul.khotimah@gmail.com	Ya	Zea Jastip Sorong
2/16/2021 4:21:41	Inha Trinawaty	Tidak ada	Sorong Papua barat no	inatrinawaty@gmail.com	Ya	Lion parcel
2/16/2021 9:48:31	Usr	Pakaian	Kota Sorong	wearsunfloid@gmail.com	Ya	Pakaian
2/16/2021 10:39:18	Dian	Pakaian	Sorong	dianlestari2017@gmail.com	Ya	Cargo
2/16/2021 12:58:46	Ursan	Pakaian	Kota Sorong	Ursanfloid@gmail.com	Ya	Pakaian
2/16/2021 15:03:40	SUHARSONO	Jual Beli	Sorong	suharsono738@gmail.com	Ya	JNE
2/16/2021 15:24:59	Hanindyo wicaksono	Wirusaha	Sorong	Hanindyow16@yahoo.com	Ya	Gojek
2/17/2021 10:24:54	Mhay	Olshop	Sorong	mhaysaroh78@gmail.com	Ya	Jastip kapal
2/20/2021 19:07:10	Arum Puspitasari	Jualan Online	Sorong	arumpuspita1995@gmail.com	Ya	-
2/20/2021 19:07:51	Sri Devi	Makanan	Sorong	sridevitapiliang@gmail.com	Ya	Jastip Putri
2/20/2021 20:08:26	Paulus Sainyakit	Pakaian	Sorong	sainyakitpaulus@gmail.com	Ya	Jastip
2/20/2021 20:13:22	Alifia J C Sari	Pakaian	Sorong	alifiajcs@gmail.com	Ya	Max cargo
2/20/2021 20:24:36	Nurul	Pakaian	Sorong	nurilmron@gmail.com	Ya	Cargo
2/20/2021 20:28:23	RIZCY NANDA VIANA	Online shop	Sorong papua barat	riscy.nanda.viana@gmail.com	Ya	Bayajaya dan Zea jastip
2/20/2021 20:30:26	Andini Setiawaty Salim	Fashion	Sorong	andinisalim28@gmail.com	Ya	MCT JASTIP
2/20/2021 21:00:45	Silvi Alvia Pihatiny	tidak ada	Kuningan, Jawa Barat	silvipihatiny@gmail.com	Ya	By.Daesy
2/20/2021 22:57:27	Habib Nuruddin	Franchise minuman Boba	Sorong	habibnuruddin9@gmail.com	Ya	Myjastip.soq
2/21/2021 8:25:28	Fatchudin	Jual beli	Papua barat	Fatchudinhasan@gmail.com	Ya	JNE
2/21/2021 10:29:05	Ari wahyudi	-	Solo	Arhiwahyudi@ymail.com	Ya	J&T
2/22/2021 13:43:05	Triyas ramadini	-	Sorong	Ramadintriyas@gmail.com	Ya	Myjastipsoq
2/23/2021 10:26:39	Dewi Astria	Buket bunga	Sorong	astriafaruq@gmail.com	Ya	Jastip Az-Zahra
2/23/2021 10:32:30	Yeni Rotua Septiawati	Jastip barang via laut dan udara	Raja Ampat	Rotuasseptiawatiyeni@yahoo.com	Ya	Mandala Sela Express
2/23/2021 10:36:52	Ima Rusani	Pribadi	Kota Sorong	Imarusanimvp@gmail.com	Ya	JASTIP GERAL AISYIFA
2/23/2021 10:37:42	Siti Nurul Nikmatul Ula	Pribadi	Sorong	sn396396@gmail.com	Ya	Risna jastip
2/23/2021 11:51:46	Risnawati	Olshop	Kota sorong	risnawati.mansyur16@gmail.com	Ya	Amanah jastip
2/23/2021 16:12:53	Avia	Online shop	Sorong	aavietasan@yahoo.co.id	Ya	JXU uswa
2/23/2021 17:00:37	Fitriyani	Jastip oleh2 khas jogja	Sorong	nhynhary@gmail.com	Ya	Jastip pesawat okta
2/23/2021 21:54:49	Syahyadi	Wiraswasta	Kota sorong	Syahyadi495@gmail.com	Ya	Sicepat
2/24/2021 7:34:21	Dewanti Apriyani		Papua Barat	dewantiapriyani@gmail.com	Ya	Umah uwe
2/24/2021 20:16:32	Suci Fitria	Online shop	Sorong, Papua Barat	sucifitrianingsih16@gmail.com	Ya	Zea Jastip Sorong
3/1/2021 11:14:39	FERRY SUNDA	Online	Sorong	ferrysunda09@gmail.com	Ya	J&T
5/20/2021 12:02:33	Ari Dinanta	KERIPIK KELADI	SORONG, PAPUA BARAT	ari.hunter26@gmail.com	Ya	JNE
5/20/2021 12:28:36	Azalia Fajri	Shop bag	Kota Sorong	azaliafajri3@gmail.com	Ya	My Jastip (umum)
5/20/2021 12:35:27	Alfina Maysyurah		Sorong	maysyurahfina@gmail.com	Ya	@myjastipsoq
5/20/2021 12:40:12	NURBIA	Online Shop	Kota Sorong, Papua Barat	nurbia1.11@gmail.com	Ya	My Jastip (umum), Jastip Karlina (u
5/20/2021 12:54:10	Fajar Rahardika	Swasta	Papua	frahardika28@gmail.com	Ya	Jastip, JNE, JNT, Lion Parcel, Kant
5/20/2021 12:59:43	Inanto	Hasil laut	Sorong	inantoioranto299@gmail.com	Ya	JNE
5/21/2021 9:38:01	Sella Setiasari	Pengadaan barang	Kabupaten sorong, papua b	sellasetiasari1995@gmail.com	Ya	JNE, POS, Kargo kapal
5/21/2021 12:56:30	Rivaldi Nando Gollop	Sembako	Maluku	rivaldinando11@gmail.com	Ya	
5/22/2021 12:56:30	Saiful Kelian	Wiraswasta	Kab. Sorong	Saifulaja26@gmail.com	Ya	JNE, POS, Kargo kapal
5/23/2021 12:56:30	Rahman Winarto	-	Kab. Sorong	Rahman_Win21@gmail.com	Ya	Sicepat, JNE, J&T
5/24/2021 12:56:30	Indika Fadilah	Olshop	Kab. Sorong	Fadilah290@gmail.com	Ya	Zea Jastip Sorong
5/25/2021 12:56:30	Rahayu	Penjual Minuman	Kota Sorong	Rahayu_Ayu@gmail.com	Ya	Zea Jastip Sorong
5/26/2021 12:56:30	Intan Iniani	Olshop	Kab. Sorong	Intaniniani22@gmail.com	Ya	Amanah jastip

Data hasil jawaban Responden Pada Tingkat Kepuasan Pelanggan

No	Kode Responde	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	P1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
2	P2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	
3	P3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	P4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	
5	P5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	5	
6	P6	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	
7	P7	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	
8	P8	3	3	3	4	2	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	
9	P9	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	
10	P10	3	2	3	2	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	
11	P11	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	1	1	1	3	3	3	4	
12	P12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	
13	P13	2	2	1	2	1	3	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	3	1	1	1	1	1	2	2	3
14	P14	5	3	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	
15	P15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	
16	P16	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
17	P17	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	
18	P18	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	
19	P19	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
20	P20	3	3	3	4	4	3	4	5	5	3	4	5	5	3	5	3	3	5	3	5	4	3	4	5	4	
21	P21	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
22	P22	3	3	3	4	4	3	4	5	5	3	4	5	5	3	5	3	3	5	3	5	4	3	4	5	4	
23	P23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	
24	P24	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
25	P25	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
26	P26	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	
27	P27	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
28	P28	4	4	3	4	4	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	
29	P29	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	
30	P30	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
31	P31	3	3	1	2	1	2	3	3	3	1	2	1	2	2	2	3	3	3	1	1	1	2	3	2	3	
32	P32	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	5	4	5	5	5	4	5	
33	P33	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
34	P34	2	2	1	3	1	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	
35	P35	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	P36	3	3	2	3	2	2	4	3	3	2	1	3	3	2	4	3	1	2	1	1	1	2	3	1	3	
37	P37	3	4	2	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	2	1	3	3	1	3	
38	P38	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	
39	P39	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	
40	P40	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	1	3	4	3	3	
41	P41	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	
42	P42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	
43	P43	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	
44	P44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	
45	P45	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	5	4	5	3	5	4	3	3	3	3	3	4	
46	P46	3	3	2	3	3	2	3	3	2	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	
47	P47	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	
48	P48	4	4	4	5	5	3	3	3	4	2	3	1	5	4	1	3	1	4	1	2	1	3	3	3	4	
49	P49	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	
50	P50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
51	P51	5	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	3	3	2	3	4	3	4	
52	P52	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
53	P53	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	2	4	3	4	2	1	3	3	4	4	4	
54	P54	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	3	3	2	1	2	1	
55	P55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
56	P56	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	
57	P57	3	4	3	2	3	3	3	1	4	3	3	3	3	4	2	3	3	4	5	2	3	3	3	3	3	
58	P58	4	4	3	5	5	3	3	3	4	2	3	1	5	4	1	3	1	4	1	2	1	3	3	3	4	
59	P59	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	
60	P60	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
61	P61	5	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	3	3	2	3	4	3	4	

Data Hasil Jawaban Responden terhadap Tingkat Harapan

No	Kode Responde	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	P1	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	
2	P2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	
3	P3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	P4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	
5	P5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	6	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	
6	P6	2	2	2	3	2	1	3	2	2	3	1	2	3	3	2	3	3	2	2	2	1	3	2	2	3	
7	P7	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	
8	P8	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	
9	P9	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	
10	P10	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
11	P11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	
12	P12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
13	P13	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	3	
14	P14	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	
15	P15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	
16	P16	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	
17	P17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	
18	P18	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	
19	P19	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
20	P20	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	3	4	5	5	3	3	5	
21	P21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
22	P22	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	3	4	5	5	3	3	5	
23	P23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	
24	P24	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	
25	P25	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
26	P26	2	3	3	4	3	2	5	4	3	2	2	3	3	4	4	3	3	4	3	2	2	4	4	4	5	
27	P27	3	4	4	2	3	3	3	2	1	3	4	2	4	3	2	3	3	2	5	4	4	3	3	3	3	
28	P28	3	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	
29	P29	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	5	5	4	3	3	3	3	5	4	4	
30	P30	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
31	P31	2	3	2	2	1	2	3	3	2	1	2	1	2	2	3	3	3	3	1	1	1	2	3	2	3	
32	P32	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	5	4	5	5	5	4	4	
33	P33	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
34	P34	2	2	1	2	1	3	3	3	2	3	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
35	P35	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
36	P36	2	3	3	3	3	2	4	4	2	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	2	3	2	3	
37	P37	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	
38	P38	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
39	P39	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	
40	P40	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	1	3	4	3	3	
41	P41	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
42	P42	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	
43	P43	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
44	P44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	
45	P45	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3	2	4	4	4	4	5	5	4	5	4	2	3	4	3	4	
46	P46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
47	P47	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
48	P48	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
49	P49	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	
50	P50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
51	P51	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	
52	P52	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
53	P53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
54	P54	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	3	2	1	3	1	
55	P55	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
56	P56	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	
57	P57	3	4	2	3	3	3	1	4	3	3	3	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3	2	4	5	
58	P58	4	4	5	5	3	3	3	3	4	2	3	1	5	4	1	3	1	4	1	2	1	3	3	3	4	3
59	P59	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	
60	P60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
61	P61	5	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	3	3	2	3	4	3	4	3	

Data Hasil Jawaban Responden Terhadap Tingkat Kepentingan

No	Kode Responde	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
1	P1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4
2	P2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
3	P3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	P4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	4
5	P5	4	5	3	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4
6	P6	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	1	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2
7	P7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	P8	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	P9	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2
10	P10	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	P11	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4
12	P12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
13	P13	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	4	5
14	P14	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
15	P15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3
16	P16	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
17	P17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3
18	P18	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
19	P19	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
20	P20	3	3	3	4	3	4	3	4	3	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4
21	P21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
22	P22	3	3	3	4	3	4	3	4	3	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4
23	P23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
24	P24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4
25	P25	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
26	P26	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	5	2	2	2	2	3
27	P27	3	4	2	3	2	3	3	3	4	2	4	2	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3
28	P28	4	4	5	5	3	4	3	4	5	3	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4
29	P29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4
30	P30	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
31	P31	3	3	1	2	1	2	3	3	2	1	2	1	2	2	2	2	3	3	1	1	1	1	2	3	2
32	P32	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	3	3	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4
33	P33	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2
34	P34	2	2	1	3	1	3	3	3	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
35	P35	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	P36	2	4	2	3	4	2	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
37	P37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
38	P38	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	P39	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5
40	P40	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	1	3	4	3	3
41	P41	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
42	P42	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4
43	P43	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
44	P44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3
45	P45	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	4	4	5	5	5	4	5	3	4	2	2	3	3	5
46	P46	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2
47	P47	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
48	P48	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
49	P49	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
50	P50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	P51	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3	5	3	4
52	P52	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	P53	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	P54	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	3	2	3	2
55	P55	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
56	P56	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2
57	P57	2	3	3	4	4	5	5	1	3	2	3	2	4	2	3	3	3	1	4	3	3	3	5	4	4
58	P58	4	4	5	5	3	3	3	4	2	3	1	5	4	1	3	1	4	1	2	1	3	3	3	4	2
59	P59	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
60	P60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
61	P61	5	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	3	3	2	3	4	3	4	3

Laporan Beberapa Responden

Nama *	NURBIA
Jenis Usaha Anda	Online Shop
Asal Daerah *	Kota Sorong, Papua Barat
Email *	nurbia11.11@gmail.com

Apakah anda pernah menggunakan jasa pengiriman barang Jastip Kurir Cendana (Jasa Penitipan Barang) *

Ya
 Tidak

Jasa pengiriman apa yang pernah saudara pakai (nama dan jenis)
My Jastip (umum), Jastip Karlina (umum), Yubi Express (umum)

Nama *	Fajar Rahardika
Jenis Usaha Anda	Swasta
Asal Daerah *	Papua
Email *	frahardika28@gmail.com

Apakah anda pernah menggunakan jasa pengiriman barang Jastip Kurir Cendana (Jasa Penitipan Barang) *

- Ya
 Tidak

Jasa pengiriman apa yang pernah saudara pakai (nama dan jenis)

Jastip, JNE, JNT, Lion Parcel, Kantor Pos, DII

Nama *

Irianto

Jenis Usaha Anda

Hasil laut

Asal Daerah *

Sorong

Email *

Iriantoirianto299@gmail.com

Apakah anda pernah menggunakan jasa pengiriman barang Jastip Kurir Cendana (Jasa Penitipan Barang) *

- Ya
 Tidak

Jasa pengiriman apa yang pernah saudara pakai (nama dan jenis)

JNE

اجتازت الامتحان

<p>Nama *</p> <p>Sella Setiasari</p>
<p>Jenis Usaha Anda</p> <p>Pengadaan barang</p>
<p>Asal Daerah *</p> <p>Kabupaten sorong, papua barat</p>
<p>Email *</p> <p>sellasetiasari1995@gmail.com</p>
<p>Apakah anda pernah menggunakan jasa pengiriman barang Jastip Kurir Cendana (Jasa Penitipan Barang) *</p> <p><input checked="" type="radio"/> Ya</p> <p><input type="radio"/> Tidak</p>
<p>Jasa pengiriman apa yang pernah saudara pakai (nama dan jenis)</p> <p>JNE, POS, Kargo kapal</p>

Lampiran Dokumentasi



KURIR CENDANA

SHOP NOW SOME DAY SHIPPING

📍 PUSAT AIMAS, UNIT 1, PERUM CENDRAWASIH BLOCK E NO. 3

📱 KURIR CENDANA

☎️ 0821 9892 1571



Cendana Jastip Sorong



Messages and calls are end-to-end encrypted. No one outside of this chat, not even WhatsApp, can read or listen to them. Click to learn more.

Assalamualaikum ...
Maaf mengganggu saya Arief mahasiswa universitas Islam Indonesia mau melakukan penelitian tugas akhir untuk tesis di tempat kurir Cendana dengan teman desain proses pelayanan pengiriman barang JASTIP dengan metode service quality apakah boleh ?
Terimakasih 🙏🙏🙏

14.23 ✓

Walaikumsalam.. Halo bg arief. Boleh siaaapp..

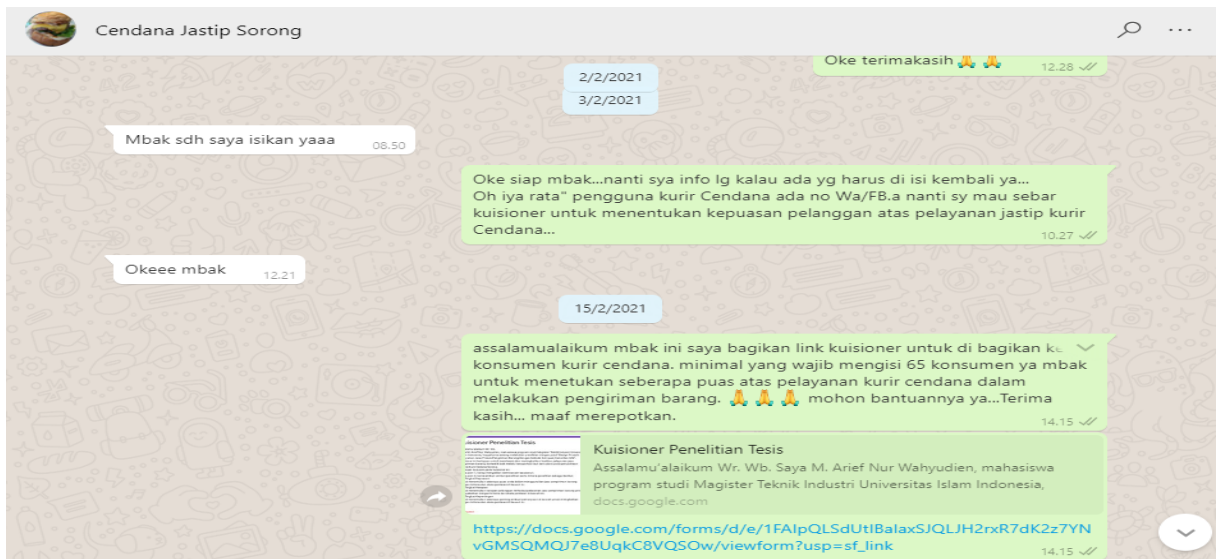
15.11

1/2/2021

oke sebelumnya terimakasih banyak atas izinya 🙏🙏 oh iya ini saya panggilnya mas / mbak ya 😊....
sebenarnya saya ingin langsung wawancara ke lokasi tetapi karena kondisi saat ini dengan wabah ini saya tidak diizinkan pulang ke sorong sehingga hanya bisa melalui sosial media saja..
jadi sesi wawancara saya kirimkan link google from ke pihak kurir cendana untuk mengetahui profil perusahaan dan kendala" yang selama ini dialami. apakah tidak apa" ?

14.33 ✓

الجامعة الإسلامية
الاستاذ الدكتور



DESAIN PRODUK PELAYANAN JASA PROSES PENGIRIMAN BARANG

Assalamualaikum Wr. Wb.

saya Mohammad Arief Nur Wahyudien mahasiswa Teknik Industri Universitas Islam Indonesia ingin melakukan wawancara untuk mengetahui profil Perusahaan JASTIP Kurir Cendana dan masalah -masalah apa saja yang menjadi kendala yang dialami dalam melakukan proses pengiriman barang Jastip. dimana data ini nanti saya gunakan untuk penelitian saya tentang Desain Produk Pelayanan Pengiriman Barang.

* Required

Nama Perusahaan *

_____ / 0

KURIR CENDANA

Add individual feedback

Nama Pemilik

_____ / 0

MAHAJANI SUBUR



Email

_____ / 0

danny_ajayah@yahoo.co.id

Add individual feedback

Alamat *

_____ / 0

Aimas perumahan cendrawasih blok e no 3

Add individual feedback

Bidang Usaha / Perusahaan *

_____ / 0

Jasa titip/pengiriman paket

Add individual feedback

Jumlah Karyawan

_____ / 0

2

Add individual feedback

Jumlah pengguna jastip Kurir Cendana berapa banyak dalam 1 tahun terakhir

_____ / 0

Rata2 60 - 70 orang per 1 x pengiriman

Add individual feedback

Apakah pengguna jastip kurir cendana mayoritas orang sorong

_____ / 0

Ya

Tidak

Add individual feedback

Kendala / Masalah apa saja yang di alami oleh Kurir cendana dalam melakukan usaha jastip ini / 0

Usaha yg mudah ditiru,sehingga banyak muncul nya pesaing baru yang mengejar pelanggan tapi dengan cara membanting harga, sehingga mau gak mau Kami harus ikut menurunkan harga sehingga keuntungan yg didapat menipis

Add individual feedback

Submitted 2/2/21, 12:32 PM

Lampiran Data Penentuan Atribut Atribut Pertanyaan

Kuesioner Penentuan Atribut Pelayanan JASTIP

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya M. Arief Nur Wahyudien, mahasiswa program studi Magister Teknik Industri Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta sedang melakukan penelitian dengan judul "Design Produk Pelayanan Jasa Proses Pengiriman Barang Dengan Metode Servqual, Kano Dan Qfd". Kuisisioner ini bertujuan untuk mendesain dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa pengiriman barang domestik baik melalui transportasi laut dan udara pada perusahaan Jastip

Adapun Skala yang digunakan yakni 1 - 5 skala

Skala 1: Sangat Tidak Setuju.

Skala 2: Tidak Setuju.

Skala 3: Cukup Setuju

Skala 4: Setuju

Skala 5: Sangat Setuju Sekali

Name *

Short answer text

Jenis usaha *

Short answer text

Asal Daerah *

Short answer text

Email *

Short answer text

No	Atribut Pelayanan	Tingkat Penilaian				
		1	2	3	4	5
1	Kemudahan mengakses website Jastip Kurir Cendana					
2	Keakuratan informasi diberikan oleh kurir cendana (meliputi status barang, tracking, dan keberangkatan dan kedatangan barang).					
3	Kenyamanan ruang tunggu Kurir Cendana (bersih, Suhu ruangan baik, ketersediaan sarana hiburan tv, dll)					
4	Ketersediaan petunjuk dan informasi tentang alur pengurusan pengiriman barang.					
5	Lokasi kantor Kurir Cendana mudah di temukan					
6	Pengiriman barang tepat waktu, akurat dan sesuai jadwal					
7	Biaya pengiriman dan proses pembayaran mudah dan murah/ sesuai					
8	Keamanan barang terjamin dan diperhatikan dengan baik oleh kurir cendana					
9	Persyaratan pengiriman jastip tidak memberatkan pengguna jasa (barang elektronik dan barang yang mudah rusak).					
10	Keakuratan dalam menghitung dan menimbang barang barang/ volume barang.					
11	Kecepatan dalam merespon pertanyaan, baik melalui telfon maupun surel.					
12	Ketersediaan notifikasi mengenai shipment progres.					
13	Kemudahan dan kecepatan dalam sistem pembayaran					
14	Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi.					
15	Tindakan cepat tanggap atas keluhan dan complaint yang dilakukan konsumen					
16	Keamanan transaksi terjamin.					
17	Kejelasan pemberian informasi saat akan terjadi keterlambatan pengiriman.					
18	Kepercayaan pelanggan bahwa perusahaan Kurir Cendana berpengalaman dan professional untuk meng-handle barang kiriman mereka.					
19	Adanya penentuan ganti rugi pada setiap proses pengiriman apabila terjadi masalah					
20	Adanya jaminan untuk keamanan barang dengan harga yang sekarang					
21	Adanya Layanan pengantaran paket ke konsumen dengan minimal harga/ berat barang tertentu secara gratis					
22	Kesediaan staff dan karyawan dalam membantu pelanggan jika terjadi kesulitan					
23	Pelayanan yang ramah dan sopan dari karyawan.					
24	Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan spesifik dari pelanggan					

Timestamp	Name	Jenis usaha	Asal Daerah	Email
02/08/2021 14:30	Siti n k	Syter	Sorong	ashtersiti9@gmail.com
02/08/2021 15:02	Yusuf Hasan	BUMN	Papua Barat	123456
02/08/2021 15:23	Maisaroh tazkiyah	Olshop	Sorong ,Papua barat	mhaysaroh78@gmail.com
02/08/2021 15:36	Amat fatoni	Olshop kekinian	Sorong	Fatoni270396@gmail.com
02/08/2021 15:55	Tina romadhoni	PPAT	SOrong papua barat	tinatampatixangzlaluu@gmail.com
02/08/2021 15:57	Eliya Nopitasari	Olshop	Kabupaten sorong, papua barat	eliyanopitasari25@gmail.com
02/08/2021 16:22	Syahyadi	Mtj fashion store	Sorong papua barat	Syahyadi495@gmail.com
02/08/2021 17:55	Aulia	Ardejan	Papua Barat	auiatwain@gmail.com
02/10/2021 18:54	Siti	Toko ardima	Sorong	Cityfairiyajriyani@gmail.com
02/11/2021 13:18	Risnawati	Aqila shop	Kota sorong	rizna_ciemonet@yahoo.co.id
02/11/2021 15:07	Rini Septiani	Online	Sorong	septianirhiny@gmail.com



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	5	4	3	3
4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5
2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	5	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	3	4	5	3	5	5
4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	5	4	4	4	5	3	3	4	1	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
4	4	2	5	5	2	5	3	5	4	4	3	5	4	4	5	5	4	2	4	4	5	3	5	5
42	44	40	42	43	45	48	46	42	44	44	37	46	45	44	46	48	44	43	46	46	51	44	48	48

Kritik dan saran untuk peningkatan pelayanan jastip

- Layanan gratis antar
- Tidak ada kritik maupun saran.
- Lebih banyak membuka jastip jastip dari daerah yang lain
- Lebih baik lagi
- Sangat membantu meringankan orang yg ingin mengirim barang dan menghemat biaya
- Lebih cepat memberikan informasi tentang barang yang sudah sampai
- Jadwal kedatangan dan keberangkatan di perjelas
- No comment
- Lebih baik lagi
- Tdk ada
- Lebih ditingkatkan lagi agar tidak sering mengalami keterlambatan dalam pengiriman